

COTE

MAGAZINE ZÜRICH

SHOOTING: BEFORE MIDNIGHT – SCHMUCK & PARFUM – THE FASHION WINTER – CHRISTMAS WISHLIST
AUREL BACS – YAYOI KUSAMA AT FONDATION BEYELER – COTE TRAVEL GUIDE BERGE & WINTERPALÄSTE



AUSGABE 53 – WINTER 2026 – CHF12.50



BACK TO THE SIXTIES


PATEK PHILIPPE
GENEVE



DIE TWENTY~4 AUTOMATIK
BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



EINE VOLLSTÄNDIGE LISTE DER VON PATEK PHILIPPE AUTORISIERTEN
FACHHÄNDLER FINDEN SIE AUF WWW.PATEK.COM

BASEL Seiler Juwelier | BERN Zigerli+Iff | GSTAAD Stebler Gstaad AG | KLOSTERS Maissen
ST. GALLEN Chronometrie Labhart | VADUZ/FL Huber | ZUG Lohri AG | ZÜRICH Beyer



my little secret



SEAMASTER #AQUATERRA 30 MM
Co-Axial Master Chronometer



Boutique OMEGA
Bahnhofstrasse 48 • 8001 Zürich

Von Mode und frischem Wasser



Als «Fast Fashion» verschrien, bildet sie das Reich unserer Gier und Oberflächlichkeit. In ihrer «langsamen» Variante hingegen lädt sie uns ein, die Schönheit unseres Wesens durch das, was wir tragen, zu offenbaren. Die Mode, Hauptthema dieser der vorliegenden COTE-Ausgabe, ist weit mehr als ein Kleidungsstil – sie ist eine Haltung, eine Art, sich selbst zu tragen. Etwa durch Seidenblitze, die in der üblichen Betonwelt wie idyllische Metaphern wirken. Mode wagt das Leuchtende, das Kontrastreiche, das Unangepasste – genau dort, wo Alltagsgrau und Banalitäten, Gewohnheit und Resignation die Strassen mit Gleichförmigkeit überziehen. Die Mode auf ihr globales Marktvolumen von 2,5 Billionen Dollar zu reduzieren, hiesse, ihre tiefere Wahrheit zu verkennen: Als eine ist eine Waffe gegen Tristesse und Nachlässigkeit. Denn so sehr Anpassungsfähigkeit eine unserer grössten Stärken ist, so birgt sie auch ein Gift – das der Gewöhnung. An eine Präsenz, an einen Körper, an eine Leidenschaft. Mode weckt, was eingeschlafen ist, zieht an, was sich entfernt, verführt, was sich verirrt. Sie ist eine unsichtbare Geliebte, eine verschwörerische Rivalin, die die Konturen eines zu oft betrachteten, zu oft berührten Körpers neu zeichnet. Sie erinnert das geliebte Wesen daran, dass wir nie selbstverständlich sind – immer begehrenswert bleiben. Mode ist ein Aufbäumen, ein raffiniertes Mittel gegen den Zahn der Zeit, ein Gegengift zur Untreue. Denn es wird immer ein Unbekannter sein, der jene Flammen neu entfacht, die wir zu lange vernachlässigt haben.

-/ Dubbed “fast fashion”, it feeds our appetites for excess and our weakness for the superficial. In its slower incarnation, it invites us to reveal the beauty of who we are through what we wear. Fashion, the guest of honour in this COTE edition, is never just an outfit; it is an attitude. A way of carrying oneself. The rebellious fragrance of a soul expressed in metaphors, in flashes of silk, in gardens of colour blooming out of concrete lives. It dares contrasts, exuberance, and audacity, where grey conformity, sinister in its banality and resignation, floods our streets with uniform beings and uniform thoughts. To reduce fashion to its \$2.5 trillion global market would deny its deeper truth: fashion is a weapon against gloom and indifference. For if adaptability is among our greatest strengths, it also carries its own poison: that of habituation. To a presence. To a body. To a passion. Fashion disrupts what grows dormant, attracts what has turned away, diverts what has lost its way. It is an invisible mistress, a complicit rival, redrawing the contours of a body too often gazed at, too often touched. It whispers to the beloved that we are never entirely possessed, always still desirable. Fashion is a jolt, a stratagem against the erosion of time, a gentle antidote to infidelity. For there will always be a stranger ready to reignite the flames we have let smoulder.

JOHN HARTUNG
Chief Editorial Officer

Champagne



Clos Pompadour

Reims - France

VRANKEN POMMERY SUISSE SA
AVENUE DE LA GARE 10, 1003 LAUSANNE
INFO@VRANKENPOMMERY.CH



ONE LEADER ONE QUESTION

**WERDEN IMMER DIE GLEICHEN
COCKTAILS BESTELT ODER
VARIERT DER GESCHMACK,
DIRK HANY?**



Gastronomie ist für mich weit mehr als Bewirtung – sie ist ein feines psychologisches Spiel zwischen Gast und Gastgeber. Menschen suchen heute Plätze, an denen sie sich wirklich willkommen fühlen – wo echte Gastfreundschaft gelebt wird und der Gast im Mittelpunkt steht. Nach über 25 Jahren Erfahrung kann ich sagen: Manchmal lese ich die Wünsche der Gäste aus ihren Augen – und doch überraschen sie mich immer wieder. Was bleibt, ist die Essenz wahrer Gastfreundschaft. Denn ohne sie kann selbst der beste Cocktail bitter wirken. Mit Aufmerksamkeit, Leidenschaft und Herzlichkeit hingegen schmeckt selbst ein einfacher Drink exquisit. Cocktails begleiten heute den ganzen Abend, nicht nur den Aperitif. Eine gute Bar ist Ort des Verweilens, des Austauschs, des Genusses. Wo einst Gin dominierte, prägen heute Tequila, Mezcal, Rum oder Wodka das Bild. Und zu jeder festlichen Begegnung – als Symbol für Freude, Stil und das Feiern des Augenblicks – gehört für mich eines immer dazu: ein Glas Champagner.

-/ For me, gastronomy is much more than service – it is a subtle psychological interplay between guest and host. Today, people seek spaces where they feel truly welcome – where genuine hospitality is lived and the guest is at the centre. After more than twenty-five years of experience, I can say: at times I can read a guest's wishes in their eyes – and yet they still manage to surprise me. What endures is the essence of true hospitality. Without it, even the finest cocktail can taste bitter; with attentiveness, passion, and warmth, even a simple drink becomes exquisite. Cocktails now accompany the entire evening, not just the aperitif. A good bar is a place for lingering, exchanging, and savouring. Where gin once reigned, tequila, mezcal, rum, and vodka now shape the scene. And for every festive encounter – as a symbol of joy, style and the celebration of the moment – one thing always belongs for me: a glass of champagne.



Dirk Hany gehört zu den Barkeepern der Schweiz. Mit seiner «am Wasser» in Zürich setzt er Maßstäbe in der modernen Cocktailkultur und wurde vom internationalen renommierten «Pinnacle Guide» ausgezeichnet. Seine präzisen, oft subtilen Kreationen und sein feines Gespür für Balance, Gastlichkeit und Esprit prägen auch die Pop-Up-Bars, die er für das Mandarin Oriental führt.

Dirk Hany is among the most influential bartenders. With his Bar am Wasser in Zurich, he sets new standards for modern cocktail culture and has been recognised by the internationally renowned Pinnacle Guide. His precise, often subtly surprising creations and his refined sense of balance, hospitality and esprit also shape the pop-up bars he curates for the Mandarin Oriental.



DESIGNED TO WIN

EVEN IN THE OFF SEASON.



TAG HEUER BOUTIQUES
GENÈVE, LUZERN, ZÜRICH
TAGHEUER.COM



Sixties, die Geburt der Ikonen
Pierre Cardin
Seite 66



A Sixties Gallery
David Bailey, Mick Jagger, 1964 © The National Portrait Gallery
Seite 70



Sixties Seats
The Ball Chair by Eero Aarnio (1963)
Seite 78



COVER
Zeitlos, elegant und doch cool: The Woodward Hotel bot die perfekte, gedämpfte Kulisse für das jüngste Shooting des COTE Magazins. Ob in der Bar 37, oder in der Royal Suite: Entdecken Sie die schönsten Uhren- und Schmuck-Kreationen.

Edito	6
One leader, one question	8

POST-SCRIPTUM	15
Unnützes Wissen	16
Lesenswert	17
COTE loves: Coco Neige	18

UPDATE	19
Little treasures	20
Longines eröffnet seine prestigeträchtige Boutique in Zürich	24
SUV: Maserati Grecale Folgore	26
GENESIS GV60 Sport+: Fahrfreude im Boost-Modus	28
Handwerkskunst und Performance mit dem Mazda6e	30
Bright Side	32
Elegante Düfte	33
Wishlist	34

A FASHION WINTER	35
Back to Basics	36
On the Runway	38
Der Teufel Trägt Prada 1&2: die Besten Outfits	46
Hermès: eine Ikone namens Birkin	48
Zur Essenz von CHANEL	50
Dior über ein Geheimnis	51
Shooting: Before Midnight	52



A Sixties Gallery
Andy Warhol, Marilyn Diptych, 1962. Tate Modern London
© The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts
Seite 70



Unter der Sonne der 60er
Brigitte Bardot
Seite 76

THE SIXTIES	61
Die Jahre der Freiheit	62
Songs of the 1960s	65
Sixties, die Geburt der Ikonen	66
A Sixties Gallery	70
1960er-Jahre: die Revolution der Uhrmacher	72
Unter der Sonne der 60er	76
Sixties Design	78
Light me up	80
Legendary buidings	82

BUSINESS & LEADERS	83
Zu Gast: Aurel Bacs	84
Schlaf, ein Geschäft, das zum Träumen einlädt	88

ART & CULTURE	91
Yayoi Kusama in der Fondation Beyeler	92
Museum Haus Konstruktiv: konkret angekommen	93
Kunsthau Zürich: stille Kunst mit grosser Präsenz	94
Kunstmuseum Basel: Geist, bist du da?	96

ESCAPE	95
COTE Travel Guide : Berge & Winterpaläste	96
Explora : a luxury ocean journey	104

BEAUTY & HEALTH	105
Make-up: season hues	106
ALPEOR ULTITUDE: Natur in ihrer reinsten Form	108
Caudalie, ein Geschenk aus der Natur	109
Swissline: Longevity in a Bottle	110

COTE & THE CITY	111
Die besten Adressen für alle, die clever ausgehen möchten	

RSVP	171
Bildergalerie der angesagtesten Events	

Impressum

COTE
MAGAZINE

LES ÉDITIONS COTE SA

EDITORIAL

CHIEF EDITORIAL OFFICER

John Hartung / j.hartung@cote-magazine.ch

DEPUTY EDITOR

Victoria Javel / vjavel@cote-magazine.ch

CONTRIBUTORS

Michael Dominique Merz, Anka Belfghi, Katia Baltera, Sherif Mamdouh, Agathe Forichon, Victoria Javel, John Hartung, Philippe Perret du Cray, Morgane Marchon, Maéva Dessieux, Julie Bellotto, Sabrina Faubel, Justine Zamataro
laredaction@cote-magazine.ch

DESIGN & PRODUCTION

GRAPHIC DESIGNERS

Morgane Marchon / morgane.marchon@cote-magazine.ch
Maéva Dessieux / pao@cote-magazine.ch

PHOTOGRAPHER

Morgane Meys / morgane.marchon@cote-magazine.ch
Marc Ninghetto / marc@lafabrique.ch

MARKETING & SALES

SALES MANAGER

Laurence Chalvet / lchalvet@cote-magazine.ch

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER ZÜRICH & LUGANO

Philippe Perret du Cray / ppdc@cote-magazine.ch

KEY ACCOUNT & PR MANAGER

Linda Cohen / l.cohen@cote-magazine.ch

PROJECT & CONTENT MANAGER

Agathe Forichon / agathe.forichon@cote-magazine.ch

ADMINISTRATION & DISTRIBUTION

info@cote-magazine.ch

HUMAN RESOURCES

rh@cote-magazine.ch

Subscriptions: info@cote-magazine.ch

WEB & SOCIAL MEDIA

Victoria Javel, Julie Bellotto,
Morgane Marchon

LINKEDIN



INSTAGRAM



WEBSITE



LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE

Head office: Rue Eugène Marziano 37, CH 1227 Genève / Tél. +41 22 736 56 56 / cote-magazine.ch

COTE MAGAZINE GENÈVE

French/English
Seven issues a year

COTE MAGAZINE ZÜRICH

German/English
Four issues a year

COTE MAGAZINE LUGANO

Italian/English
Two issues a year

Reproduction, even partial, of articles and illustrations published in COTE Magazine is prohibited. Distribution list for French-speaking Switzerland, German-speaking Switzerland & Ticino on request.

Distribution partnership with CANONICA and Geneva Airport's VIP lounges - Salon Skyview and Salon Aspire - Swissport. COTE benefits from an exclusive distribution partnership with the Fondation pour Genève and the association Les Clefs d'Or Genève.



WEMF

REMP CERTIFIED MAGAZINE
FROM 01/04/2022 TO 31/03/2023

Geneva
22,269 copies distributed per issue
3,760 copies sold per issue
25,000 copies (total circulation)

Zurich
20,777 copies distributed per issue
1,883 copies sold per issue
25,000 copies (total circulation)

Lugano
16,000 copies (total circulation)



ELEKTRISCHES FAHRERLEBNIS GEPRÄGT DURCH JAPANISCHE HANDWERKSKUNST

DER BRANDNEUE 100% ELEKTRISCHE MAZDA6e

Die von der japanischen Ästhetik inspirierte schlanke Silhouette des brandneuen 100% elektrischen Mazda6e wird durch ein geräumiges und sorgfältig gestaltetes Interieur ergänzt – Qualität, die man sehen, anfassen und fühlen kann. Ein Raum, in dem Sie durchatmen und sich auf das Wesentliche konzentrieren können. Der brandneue Mazda6e bietet die Wahl zwischen einer kleineren, schnell aufladbaren Batterie, die in nur 15 Minuten bis zu 235 km mehr Reichweite ermöglicht, und einer grösseren Batterie mit einer Reichweite von bis zu 552 km für sorgenfreie, entspannte Fahrten. mazda.ch/mazda6e

6 JAHRE MAZDA GARANTIE

Mazda6e Takumi EV 258 (68,8 kWh) RWD, unverbindlicher Nettopreis ab CHF 43 600.-, 16,6 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat. B; in nur 15 Minuten am Schnelllader Energie für eine zusätzliche Reichweite von bis zu 235 km. Abgebildetes Modell: Mazda6e Takumi Plus EV 245 Long Range (80 kWh) RWD, 16,5 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat. B; mit einer Reichweite von bis zu 552 km. Mazda-Garantie 6 Jahre/150 000 km, Hochspannungsbatterie 8 Jahre/160 000 km.



NOCH KEIN ABONNEMENT?

COTE

M A G A Z I N E

Verpassen Sie keine Ausgabe mehr.
Abonnieren Sie jetzt das Magazin
für ein oder zwei Jahre.

Beziehen Sie einfach das COTE Magazin
über den unteren Talon oder online:

cote-magazine.ch



Ich möchte COTE Zürich für ein Jahr
(4 Ausgaben) zum Preis von CHF 29.00 erhalten.

Ich möchte COTE Zürich für zwei Jahre
(8 Ausgaben) zum Preis von CHF 49.00 erhalten.

Name _____

Vorname _____

Adresse _____

Tel. _____

E-Mail _____

Les Éditions COTE
Service Abonnement
Rue Eugène Marziano, 37
1227 – GENÈVE

POST-SCRIPTUM

UNNÜTZES WISSEN – ZUM LESEN



Paco Rabanne, 1966

UNNÜTZES WISSEN

Überraschende, aber nicht wirkliche nützliche Anekdoten – diesmal mit «Vintage Wissen» im Rampenlicht.

-/ Vintage in the spotlight, with surprising, not exactly useful anecdotes.

In den 60ern-Jahren konnte es bis zu 10 Minuten dauern, einen Erdbeer-Kaugummi zu kauen, bevor man den Geschmack wirklich spürte.

-/ In the 1960s, chewing a strawberry-flavored gum could take up to ten minutes before the taste really came through.

Popcorn wurde im Kino erst nach dem Zweiten Weltkrieg beliebt, denn zuvor dachte man, dass der Geruch die Zuschauer stören würde.

-/ Popcorn only became popular in movie theaters after World War II. Previously, it was assumed that the smell might disturb the audience.

Alfred Hitchcocks Film «Psycho» von 1960 war der erste Hollywood-Film, in dem eine Toilette zu sehen war – damals ein echtes Tabu.

-/ Alfred Hitchcock's 1960 film Psycho was the first Hollywood movie to show a toilet on screen, which was taboo at the time.

Das «Peace-&-Love»-Logo, inspiriert von der Hippie-Bewegung, stammt eigentlich aus einer Zeichnung für die Anti-Atomwaffen-Kampagne der 1950er-Jahre.

-/ The Peace & Love logo, inspired by the hippie movement, actually originated from a design created for the anti-nuclear bomb campaign of the 1950s.

1960, bei der Veröffentlichung seiner ersten 45er-Single, verwandelte ein Fehler auf dem Cover den ursprünglich geplanten Namen von Johnny Hallyday in «Hallyday».

-/ In 1960, when his first single was released, an error on the cover changed the intended name Johnny Halliday to "Hallyday."

Der Minirock, von Mary Quant in London populär gemacht, war für die damalige Zeit so kurz, dass einige Zeitschriften ihn als textilen Skandal bezeichneten.

-/ The miniskirt, popularized by Mary Quant in London, was so short for its time that some magazines called it a 'textile scandal.'

Das ikonische gelbe Smiley wurde 1963 von einem Grafiker entworfen, um die Stimmung der Mitarbeiter einer Versicherungsgesellschaft zu heben.

-/ The iconic yellow smiley was created in 1963 by a graphic designer to lift the spirits of employees at an insurance company.

ZUM LESEN

Wenn die Tage kürzer werden, beginnt die Zeit für Bücher.
Eine Auswahl.

-/ As the days grow shorter, it's time to turn to books.
Here's a selection.

Anka Refghi



Tadao Andō – Sketches, Drawings and Architecture

Tadao Andō
TASCHEN

Er ist wohl einer der bekanntesten Architekten Japans Tadao Andō. Pritzker-Preisträger und Meister der Geometrie. Auf rund 600 Seiten dokumentiert das Buch Skizzen, Zeichnungen und Modelle seines Schaffens über fünf Jahrzehnte. Realisierte und nicht realisierte Projekte, aber auch berühmte Bauwerke wie das House in Sumiyoshi, Rokko Housing oder das Chichu Art Museum. Begleitet werden die Konzeptskizzen von persönlichen Erläuterungen, die Einblick in seine einzigartige Gedankenwelt geben.

-/ He is arguably one of Japan's most renowned architects Tadao Andō. A Pritzker Prize winner and master of geometry. Spanning some 600 pages, the book documents sketches, drawings, and models from five decades of his work. It covers both realized and unrealized projects, as well as iconic buildings such as the House in Sumiyoshi, Rokko Housing, and the Chichu Art Museum. The conceptual sketches are accompanied by personal commentary, offering a rare glimpse into his unique way of thinking.



Patrick Demarchelier – Fashion Photographs Seen and Unseen

Fabien Baron
RIZZOLI

Der Bildband zeigt bisher unveröffentlichte Aufnahmen des legendären Modefotografen Patrick Demarchelier. Seine Modeporträts prägten Magazine wie Vogue und Harper's Bazaar. Er arbeitete mit Models wie Christy Turlington, Linda Evangelista und Naomi Campbell und schuf für Häuser wie Dior, Louis Vuitton und Yves Saint Laurent ikonische Kampagnen. Gestaltet wurde das Buch vom renommierten Artdirector Fabien Baron.

-/ The photo book features previously unpublished images by the legendary fashion photographer Patrick Demarchelier. His iconic portraits shaped magazines such as Vogue and Harper's Bazaar. He worked with supermodels like Christy Turlington, Linda Evangelista, and Naomi Campbell, and created unforgettable campaigns for houses including Dior, Louis Vuitton, and Yves Saint Laurent. The book was designed by the renowned art director Fabien Baron.

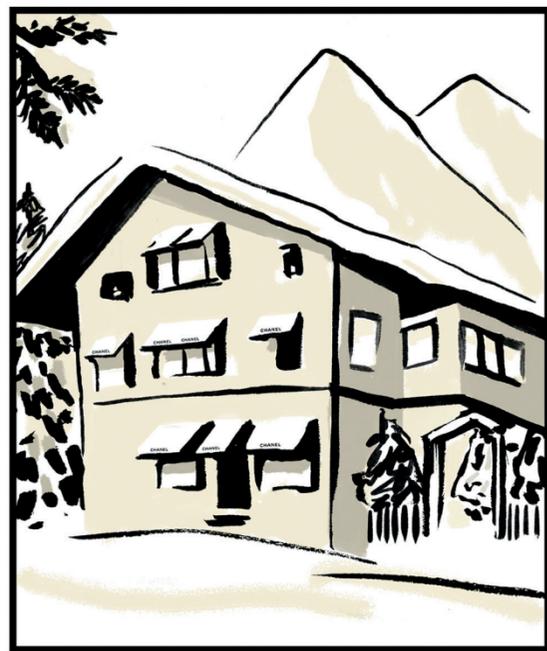


The Book of Iconic Bags

Fashionphile
ASSOULINE

Heiliger Gral, Investment-Piece und vielbegehrtes Objekt: die Handtasche. Kaum ein anderes Accessoire begeistert die Fashionwelt so sehr. In dem Buch präsentiert Fashionphile nun eine kuratierte Auswahl der 25 einflussreichsten Handtaschen und setzt sie in den Kontext von handwerklicher Qualität, Schönheit und kulturelle Relevanz. Von den rekordverdächtigen Birkin- und Kelly-Modellen von Hermès, über Fendi Baguette und die spektakulären Entwürfe von Bottega Veneta und Loewe.

-/ Holy grail, investment piece, and highly coveted object: the handbag. Few accessories captivate the fashion world quite like it. In this book, Fashionphile presents a curated selection of the 25 most influential handbags, placing them in the context of craftsmanship, beauty, and cultural significance. From record-breaking Hermès Birkin and Kelly models to the Fendi Baguette, as well as the spectacular designs of Bottega Veneta and Loewe.



COCO NEIGE IM GSTAAD

Victoria Javet

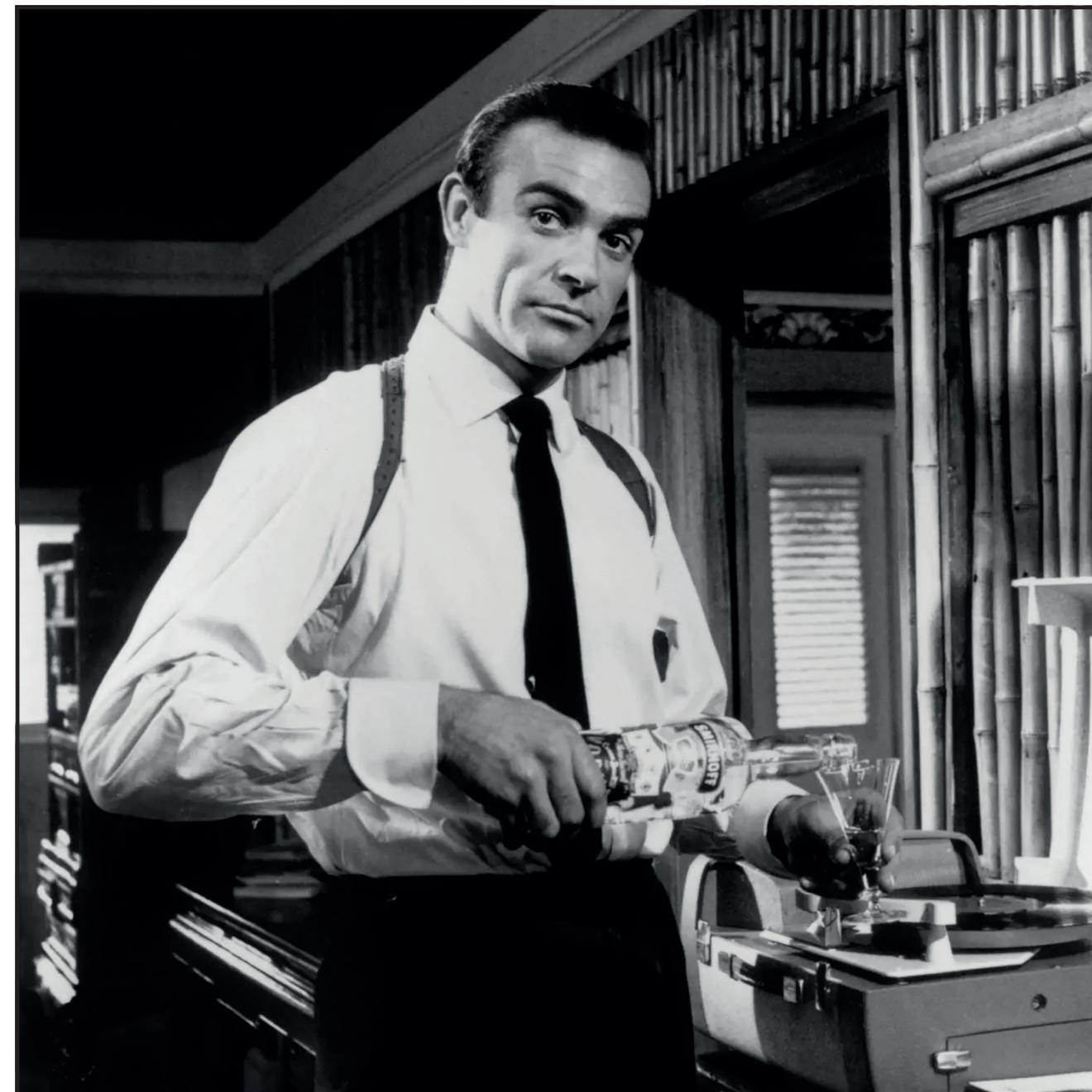
Wie in jedem Winter seit 2018 präsentiert CHANEL seine Kollektion, die den schneebedeckten Gipfeln und Wintersportarten gewidmet ist. Für die neue, von Sean Thomas inszenierte Kampagne, hat das Haus in der Rue Cambon die Schauspielerin Nana Komatsu als Gesicht gewählt. In einer makellosen Kulisse werden die Schönheit der freien Bewegung und die Eleganz in Aktion gefeiert, durch Stücke, die zugleich bequem, technisch und edel sind, geeignet für Aktivitäten am Morgen ebenso wie für Ausgänge am Abend. Inspiriert von der zeitlosen Atmosphäre von St. Moritz und den ersten Skistationen, Lieblingsorte von Gabrielle Chanel, zeigt die Kampagne die ganze Kreativität des CHANEL Kreativstudios. Zur Feier dieser Ode an die Kunst des Lebens in grosser Höhe umfasst die Kollektion Tweedkostüme und Jacken, Parkas, Ohrenschützer, Sonnenbrillen, Gürtel mit Taschen sowie Stiefel aus Lammfell, verziert mit Samtschleifen, eine Garderobe so sanft wie vielseitig. Die Kollektion ist vom 13. Dezember bis zum 8. März in der CHANEL Boutique in Gstaad erhältlich.

As every winter since 2018, CHANEL unveils its collection designed for snowy peaks and winter sports. To embody this new campaign by Sean Thomas, the Rue Cambon fashion house called upon actress Nana Komatsu. Against a pristine backdrop, the beauty of effortless movement and elegant gestures is celebrated through pieces that are at once comfortable, technical, and refined, perfect for morning activities as well as evening outings. Inspired by the timeless atmosphere of Saint-Moritz and the earliest ski resorts, favorite haunts of Gabrielle Chanel, the campaign showcases the full creativity of the CHANEL Creation Studio. To celebrate this ode to the art of life at altitude, the wardrobe features tweed suits and jackets, parkas, ear warmers, sunglasses, pocket belts, and sheepskin boots adorned with velvet bows, a collection as soft as it is versatile. The collection is available from December 13 to March 8 at the CHANEL boutique in Gstaad.

chanel.com

UPDATE

LITTLE TREASURES – LONGINES – MASERATI – GENESIS – MAZDA – SCHMUCK & PARFÜM



Sean Connery in Dr. No, 1962 © AFP

LITTLE TREASURES

Entdecken Sie die neuesten Meisterwerke, die die Zeit verschönern,
mit dieser Auswahl an Uhrenneuheiten.

-/ Discover the latest marvels that embellish time,
with this selection of new timepieces.

Victoria Javet / Philippe Perret du Cray



RM 75-01 TOURBILLON VOLANT SAPHIR

RICHARD MILLE

Die RM 75-01 Tourbillon Volant Saphir von Richard Mille verbindet auf gewagte Weise gotische Architektur mit fließender Wasserästhetik. Als erstes Werk, das speziell für ein Saphirgehäuse entwickelt wurde, offenbart es sich in einem vollständig skelettierten Kaliber, in dem Tourbillon und Federhaus scheinbar schwerelos in der Luft schweben. Die Kollektion umfasst drei limitierte Editionen: transparentes Saphirglas, farbiges Saphir (je 10 Stück) und farbloses Saphir (15 Stück), wobei jede Farbnuance eine eigene aquatische Stimmung vermittelt. Minimalistisch in ihrer Präzision, spektakulär in ihrer Architektur, verkörpert die RM 75-01 die Vereinigung von technischer Strenge und visueller Poesie.

-/The Richard Mille RM 75-01 Flying Tourbillon Sapphire boldly fuses Gothic architecture with the fluidity of water. As the first movement crafted specifically for a sapphire case, it is revealed through a fully skeletonized caliber, where the flying tourbillon and barrel appear to hover in midair. The collection comprises three limited editions: transparent sapphire, colored sapphire (10 pieces each), and colorless sapphire (15 pieces), each shade evoking a distinct aquatic mood. Minimalist in its precision yet spectacular in its architecture, the RM 75-01 embodies the union of technical rigor and visual poetry.

LONGINES SPIRIT PILOT

LONGINES

Fünf Jahre nach ihrer Einführung präsentiert sich die Spirit-Kollektion mit neuen Modellen, darunter die Longines Spirit Pilot, deren stromlinienförmiges 39-mm-Edelstahlgehäuse ergonomischer und eleganter wirkt. Das klare, matte schwarze Zifferblatt mit goldfarbenen Zeigern und Ziffern setzt auf Lesbarkeit und einen Hauch Vintage. Angetrieben vom exklusiven Kaliber L888.4 mit Siliziumspirale, bietet diese COSC-zertifizierte Automatik bis zu 72 Stunden Gangreserve und eine zehnmal höhere Magnetfeldresistenz als nach ISO 764 vorgeschrieben. Das verschraubte Gehäuse, die austauschbaren Armbänder aus Stahl, Leder oder Kautschuk und ihre Mikrojustierung machen die Spirit Pilot zu einer ebenso leistungsstarken wie eleganten Begleiterin, im Cockpit wie im Alltag.

-/ Five years after its debut, the Spirit line welcomes new models, including the Longines Spirit Pilot, featuring a streamlined 39 mm stainless steel case that is both more ergonomic and refined. Its clean matte black dial, accented with gold hands and numerals, prioritizes both legibility and vintage charm. Powered by the exclusive L888.4 calibre with a silicon balance spring, this COSC-certified automatic offers up to 72 hours of power reserve and magnetic resistance ten times higher than the ISO 764 standard. The screwed case back, interchangeable straps in steel, leather, or rubber, and micro-adjustments make the Spirit Pilot a companion as stylish as it is high-performing, whether in the cockpit or in everyday life.



CLASSICS MONETA MOONPHASE

FRÉDÉRIQUE CONSTANT

Frédérique Constant erweitert seine Kollektion mit der Classics Moneta Moonphase, deren Name an das Erscheinungsbild einer Münze erinnert, das durch die geriffelte Rehaut entsteht. Das Haus interpretiert hier zwei Versionen neu, einmal mit silbernem und einmal mit blauem Zifferblatt. Die erste setzt auf klassischen Stil, mit einem Gehäuse in Gelbgold-PVD und passenden Zeigern und Indizes. Die zweite besticht durch ihren Vintage-Charme mit einem Milanaise-Armband. Weiterhin mit 37 mm Durchmesser und ausgestattet mit einem Quarzwerk, verkörpert die Classics Moneta Moonphase die Philosophie von Frédérique Constant perfekt: Uhren zu schaffen, die gleichzeitig schön, zuverlässig und zugänglich sind.

-/ Frédérique Constant expands its collection with the Classics Moneta Moonphase, a timepiece whose name nods to the coin-like effect created by its fluted inner bezel. The maison revisits the model in two versions with either a silver or deep blue dial. The first leans into timeless sophistication, pairing a yellow gold PVD case with matching hands and hour markers. The second embraces a vintage spirit, set on a refined Milanese mesh bracelet. Always in a versatile 37 mm size and powered by a quartz movement, the Classics Moneta Moonphase perfectly embodies Frédérique Constant's philosophy: creating watches that are beautiful, reliable, and accessible.



**REVERSO TRIBUTE
ENAMEL XU BEIHONG**

JAEGER-LECOULTRE

-/ Eine einzigartige Liason von Haute Horlogerie und dekorativer Kunst. Drei Kreationen aus Graugold, jeweils auf 10 Exemplare limitiert, zollen dem chinesischen Maler Xu Beihong Tribut, Meister der Pferdedarstellung und bedeutende Figur der modernen Kunst des 20. Jahrhunderts. Auf der Rückseite reproduziert eine Miniatur in Grand-Feu-Email seine ikonischen Pferdomotive. Auf der Vorderseite erinnert ein von Hand guillochiertes Zifferblatt, bedeckt mit grünem, blauem oder orangefarbenem Email an Kraft, Energie oder Würde. Angetrieben vom manuellen Kaliber 822 feiern diese Reverso das Mondjahr des Pferdes und unterstreichen das Genie der Métiers Rares™ von Jaeger-LeCoultre. Drei Ikonen von Anmut und Stärke, geschaffen für anspruchsvolle Sammler.

-/ A rare encounter between High Watchmaking and the decorative arts. Three white-gold creations, each limited to just 10 pieces, pay tribute to Chinese painter Xu Beihong, master of the horse and a defining figure of 20th-century modern art. On the reverse, a Grand Feu enamel miniature recreates his iconic equestrian works. On the front, hand-guilloché dials coated in green, blue, or orange enamel evoke power, vitality, or nobility. Powered by the hand-wound calibre 822, these Reverso timepieces celebrate the Lunar Year of the Horse while reaffirming the genius of Jaeger-LeCoultre's Métiers Rares™. Three icons of grace and strength, crafted for discerning collectors.



HIGH JEWELLERY WATCHES

GRAFF

Graff präsentiert eine neue Kollektion von High-Jewellery-Uhren mit einer weichen, luftigen Silhouette, die an die Zartheit einer von Hand gebundenen Schleife erinnert. Jedes Stück, gefertigt aus Weissgold, ist mit Hunderten von Karat Diamanten besetzt. Das aufwendig gearbeitete Schneeflocken-Pavé erfordert höchste Präzision und offenbart eine Oberfläche, die das Licht besonders intensiv reflektiert. Die beiden ineinander verschlungenen, geschwungenen Bänder werden von einer Linie aus Edelsteinen veredelt. Smaragde, Saphire oder Rubine verleihen dem Armband und der Lünette ihre Farbe. Eine vierte Version mit poliertem Roségoldarmband rundet die Kollektion ab. Jedes Modell wird von einem in der Schweiz gefertigten Quarzwerk angetrieben.

-/ Graff unveils a new high-jewellery watch collection, distinguished by a soft, airy silhouette reminiscent of a delicately hand-tied knot. Each piece, crafted in white gold, is adorned with hundreds of carats of diamonds. Requiring exceptional precision, the "snow" setting creates a surface that intensely reflects light. The two intertwined, curved strands are enhanced by a line of gemstones – emeralds, sapphires, or rubies – adding color to the bracelet and the dial's perimeter. A fourth version, featuring a polished rose gold bracelet, completes the collection. Each model is powered by a Swiss-made quartz movement.



ZEITWERK DATE

A. LANGE & SÖHNE

Klarheit, während das Roségoldgehäuse auf der Rückseite die aussergewöhnlich schönen Glashütter Finissierungen offenbart. Hinter dieser zurückhaltenden Eleganz verbirgt sich ein aussergewöhnlich Mechanismus, ein innovatives Konstantkrafthemmungssystem, das jede Minute die Energie für den gleichzeitigen Sprung aller Anzeigen freisetzt. Stunde, Minute, Sekunde, Gangreserve und Datum – alles im perfekten Einklang. Kenner werden das Kaliber durch den Saphirglasboden bewundern, alle anderen werden dem einzigartigen Charakter dieser Uhr verfallen. Eine Deutsche, die auf brillante Weise beide Seiten der Medaille spielt.

-/ Sober yet spectacular, this new addition to the Zeitwerk collection perfectly embodies the artistry of Saxon watchmaking. Its instantly recognizable digital dial captivates with absolute clarity, while the warm rose gold case reveals, through the sapphire back, Glashütte's signature finishing at its finest. Beneath this discreet elegance lies a technical marvel: an innovative constant-force escapement that releases, every single minute, enough energy for the instantaneous jump of all displays: hours, minutes, seconds, power reserve, and date. Connoisseurs will admire the movement through the open caseback; everyone else will simply be charmed by its unmistakable presence. A German beauty that flips both sides of the coin with brilliance.



**CONNECTED CALIBRE
E5 GOLF EDITION**

TAG HEUER

Die ultimative Uhr für die Fairways. Gehäuse aus Titan Grad 2 mit DLC-Beschichtung, 45 mm Durchmesser, Lünette graviert mit den 18 Löchern und ein Bi-Material-Armband, inspiriert vom Design von Golfbällen. Der Stil ist präsent, markant und sportlich. Doch die wahre Stärke liegt im Inneren: Das neue TAG Heuer OS, intern entwickelt, macht die Nutzung flüssiger, intuitiver und leistungsstärker denn je. Die integrierte Golf-App bietet über 40.000 gespeicherte Plätze, intelligentes Auto-Scoring und eine vollständige Anzeige der Löcher dank des hochpräzisen Dual-Band-GPS. Eine Smartwatch, die Schweizer Luxus und modernste Technik vereint, für anspruchsvolle Golfer, die Leistung wollen, ohne auf Stil zu verzichten.

-/ The ultimate timepiece for the fairways. Housed in a 45 mm Grade 2 DLC titanium case, with a bezel engraved with all 18 holes and a bi-material strap inspired by the texture of golf balls, the style is unmistakably bold and athletic. But the real game-changer lies inside: the new TAG Heuer OS, developed entirely in-house, makes the experience smoother, more intuitive, and more powerful than ever. The integrated golf app features over 40,000 preloaded courses, intelligent auto-scoring, and full hole mapping powered by dual-band GPS with razor-sharp accuracy. A connected watch that fuses Swiss luxury with cutting-edge performance, designed for golfers who demand excellence without ever compromising on style.





Longines
Bahnhofstrasse 65, 8001 Zürich
+41 44 213 14 40
longines.com



Longines eröffnet seine prestigeträchtige Boutique in Zürich

Im Herzen von Zürich, an der prestigeträchtigen Bahnhofstrasse, eröffnet Longines seine neue Flagship-Boutique – ein Ort, an dem horologische Eleganz auf zeitgenössisches Design trifft, um die Kunst der Zeitmessung zu veredeln.

-/ In the heart of Zurich, on the prestigious Bahnhofstrasse, Longines unveils its new flagship store, a space where horological elegance meets contemporary design to elevate the art of timekeeping.

Die Architektur des Geschäfts, mit ihrer ursprünglichen Steinfassade, zollt dem neo-renaissance Stil Tribut und integriert gleichzeitig zarte Elemente des Jugendstils. Diese subtilen Details fangen den Blick ein und erzählen die zeitlose Geschichte der Marke. Im Inneren entfalten sich die 166 m² in einer lichtdurchfluteten Atmosphäre, verstärkt durch einen Wintergarten, der den Raum mit natürlichem Licht erfüllt. Eine gemütliche Lounge lädt zum Entspannen ein und rundet dieses sensorische Erlebnis ab.

Ein besonderes Highlight der Boutique ist der «Collectors Corner». Hier werden historische Modelle, limitierte Auflagen und seltene Stücke mit Sorgfalt präsentiert, sodass passionierte Sammler und Besucher in fast 200 Jahre Uhrmacherkunst eintauchen können. Jedes Schaufenster, jedes Möbelstück, jede Beleuchtung wurde sorgfältig durchdacht, um ein einzigartiges, ästhetisches und sensorisches Erlebnis zu schaffen, das der Eleganz des Hauses gerecht wird.

Diese ikonische Boutique verkörpert die perfekte Verbindung von Erbe und zeitgenössischem Design und bietet eine einzigartige Entdeckung der Longines-Uhren, ganz im Einklang mit dem Ruf des Schweizer Hauses.

-/ The architecture of the boutique, with its original stone facade, pays homage to the neo-Renaissance style while incorporating delicate touches of Art Nouveau. These subtle elements captivate the eye and tell the timeless story of the brand. Inside, the 166m² of space unfold in a light-filled atmosphere, accentuated by a veranda that bathes the area in natural light. A lounge area invites relaxation, completing this sensory experience.

A standout feature of the boutique is the “Collectors Corner,” where historical models, limited editions, and rare pieces are carefully displayed, allowing enthusiasts and visitors to delve into nearly 200 years of watchmaking expertise. Every showcase, every piece of furniture, every light fixture is thoughtfully designed to create a unique, sensory, and aesthetic experience, in perfect harmony with the elegance of the house.

This flagship boutique embodies the perfect blend of heritage and contemporary design, offering a unique discovery of Longines watches, fully aligned with the reputation of the Swiss brand.

made in baxter

photography by Andrea Ferrarri



www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY



SUV Maserati Grecale Folgore

Wenn Elektromobilität auf Adrenalin trifft

Nach den Verbrennungs- und Hybridversionen erweitert Maserati sein Angebot mit dem Grecale Folgore, dem ersten vollelektrischen SUV der Marke.

-/ Following its combustion and hybrid editions, Maserati opens a bold new chapter with the Grecale Folgore, the brand's first fully electric SUV.

Philippe Perret du Cray

In Italien entwickelt und produziert, ergänzt dieses harmonische Modell die bereits in der Grecale-Baureihe angebotenen Antriebsarten und läutet mit dem Folgore die Ära der Elektrifizierung ein, indem es Luxus, Komfort, Sportlichkeit und Elektromobilität vereint. Ohne Kompromisse für maximalen Fahrspass. Beim Design bewahrt die Silhouette die elegante Linie des Grecale, akzentuiert durch kupferfarbene Details, die die sportliche DNA des Hauses mit dem Dreizack widerspiegeln. Im Innenraum erreicht der Komfort neue Höhen dank Sitzen aus ECONYL®, einem Nylonmaterial mit einzigartiger Optik, hergestellt aus recycelten Materialien und lasergraviert mit dynamischen Mustern – eine bisher unerreichte Verbindung von Nachhaltigkeit und Raffinesse. Maserati bietet seinen Kunden selbstverständlich die Möglichkeit, ihren eigenen Grecale Folgore im exklusiven Fuorisserie-Programm zu individualisieren. Die Verkörperung italienischer Massarbeit und Luxus. Unter der Haube erwarten den Fahrer intensive Emotionen: 105 kWh Batterie, bis zu 820 Nm Drehmoment, 410 kW maximale kombinierte Leistung an den Rädern, 0-100 km/h in nur 4,1 Sekunden, Höchstgeschwindigkeit 220 km/h und eine Reichweite von 426 bis 501 km mit einer einzigen Ladung. Mit vier Fahrmodi – Max Range, GT, Sport und Offroad – passt sich der Grecale Folgore allen Wünschen an, von sparsamer Effizienz bis hin zu reiner Performance. Ein SUV, der ebenso begeistert, wie elektrisiert.

-/ Designed and crafted in Italy, this harmonious addition to the Grecale lineup launches the Folgore era by blending luxury, comfort, performance, and electrification. Without compromise. Driving pleasure remains firmly at the center. On the design front, the silhouette retains the Grecale's sleek elegance, enhanced by copper-toned accents that pay tribute to the sporting DNA of the Trident brand. Inside, comfort reaches new heights with seats upholstered in ECONYL®, a regenerated nylon fiber etched with laser-cut patterns that radiate natural dynamism. An unprecedented fusion of sustainability and refinement. And for those who crave true exclusivity, Maserati's Fuorisserie program offers endless personalization possibilities: the ultimate expression of Italian bespoke luxury. Beneath the hood, the excitement is instant: a 105 kWh battery, up to 820 Nm of torque, and 410 kW of combined power deliver a 0-100 km/h sprint in just 4.1 seconds, a top speed of 220 km/h, and a range of 426 to 501 km on a single charge. With four driving modes – Max Range, GT, Sport, and Offroad – the Grecale Folgore seamlessly adapts to every mood, from efficiency to exhilarating performance. A SUV that electrifies as much as it enchants.

TECHNOGYM CROSS PERSONAL



WHEN WELLNESS MEETS DESIGN

Enjoy an exclusive training experience with the cross trainer designed by Antonio Citterio. Access multimedia content for an engaging total body workout that helps you reach superior results, faster.

Technogym Boutique
Pelikanstrasse 5, 8001 Zürich
Tel. 043 558 98 60

Technogym Boutique
Freie Strasse 84, 4051 Basel
Tel. 061 501 41 40

Technogym Showroom
Werkstrasse 36, 3250 Lyss
Tel. 032 387 05 05



Mehr entdecken



GENESIS GV60 Sport+ *Fahrfreude im Boost-Modus*

Zwischen Seen, Bergen und kurvenreichen Strassen eröffnet der Genesis GV60 Sport+ eine neue Art des Reisens: leise, sinnlich, tief angenehm und zugleich kraftvoll. Ein 100 % elektrischer SUV, in dem Design, Komfort und Performance mit entwerfender Selbstverständlichkeit zusammenfinden.

-/ Between lakes, mountains, and winding alpine roads, the Genesis GV60 Sport+ reveals a new way of traveling. Silent, sensory, deeply pleasurable, and undeniably powerful. A fully electric SUV where design, comfort, and performance coexist with effortless harmony.

Philippe Perret du Cray

Zwei Tage auf Schweizer Strassen, von Zürich nach Genf, vorbei an Luzern, Interlaken und Bern. Serpentinaen, sanfte Kurven, vom Herbstlicht gestreichelt. Landschaften zwischen ländlicher Idylle und majestätischen Seeufern. Die Stille. Und dann dieser Atemzug, fast lebendig, der entweicht, sobald man das Gaspedal nur streift. Genau dort zeigt der GV60, wer er ist: nicht einfach ein Elektroauto, sondern eine bewegte Wohlfühl-Oase.

Überarbeitet und nun mit einer 84-kWh-Batterie ausgestattet, bietet der GV60 bis zu 561 km Reichweite (WLTP, ausserhalb sportlicher Fahrweise und Boost-Modus). Einige runzeln vielleicht die Stirn – andere sehen vor allem die ultraschnelle Ladung: von 10 % auf 80 % in weniger als 18 Minuten. Ein Kaffee, ein Panorama-Blick am See oder auf dem Pass. Und weiter geht's.

Two days on Swiss roads, from Zurich to Geneva via Lucerne, Interlaken, and Bern. Mountain switchbacks, long sweeping curves brushed by autumn light. The stillness of Swiss countryside and the vast mirrors of its lakes. The silence. And then that breath, almost alive, released when you barely brush the accelerator. That is where the GV60 speaks: not as a mere electric car, but as a traveling cocoon of well-being.

Refreshed and equipped with a new 84 kWh battery, the GV60 offers up to 561 km of range (WLTP, outside of spirited driving and Boost mode). Some will focus on range numbers; others will appreciate that you can fast-charge from 10% to 80% in under 18 minutes. Just enough time for a coffee break on a panoramic terrace overlooking a lake or a mountain pass. Then you're off again.

Doch jenseits der Zahlen zählt das Gefühl. Ein Druck aufs Pedal, der Boost-Knopf, und o auf 100 km/h in 4,0 Sekunden. Klar, unmittelbar, fast süchtig machend. Elektrische Leistung hat selten so muskulös, so lebendig gewirkt. Vor allem im Sportmodus, wenn sich seitliche Sitzpolster aufpumpen, um den Körper bei Beschleunigung und einer möglichen Spitzengeschwindigkeit von 235 km/h stabil zu halten.

Innen herrscht Sanftheit. Die perfekte Sitzposition stellt sich fast von selbst ein. Durchdachte Raumaufteilung, kluge Ablagen, fein justierte Premium-Details. Und die optionalen Nappa-Ledersitze in Blau machen jede Fahrt zu einem kleinen Privileg. Krönung des Ganzen: die Massagesitze. Selbst Staus werden plötzlich angenehm, vielleicht sogar willkommen. Und dann der Ton. Bang & Olufsen erschafft ein akustisches Panorama, seidig, intensiv, fast filmisch. In der Stille eines Elektroantriebs wird Musik zum echten Reisebegleiter. Man hört Songs, die man zu kennen glaubte, plötzlich neu.

Der GV60 ist nicht nur komfortabel, er ist intelligent. Gesichtserkennung zum Öffnen, Fingerabdrucksensor zum Starten, prädiktiver Tempomat, intuitive Navigation, Head-up-Display, 360°-Kamera. Assistenzsysteme, die unterstützen, ohne je aufdringlich zu sein. Man fühlt sich sicher, Herr der Lage, nie bevormundet.

Und wenn der Mittag oder Abend naht, reicht das Erlebnis weit über das blosses Aufladen der Batterie hinaus. Ein genussvolles Lunch in einem Salon am Ufer des Sees, ein unvergesslicher Abend im Bellevue Palace, bietet Genesis weit mehr als nur Automobile: Es bietet ein Gefühl, eine Gastfreundschaft, einen Service ohne Zurschaustellung. Einen Luxus, den man spürt, lange bevor man ihn sieht.

Am Ende will der GV60 nicht beeindrucken. Er will berühren. Zum stillen Lächeln anregen. Das Gefühl hinterlassen, anders gereist zu sein. Und auf den Aoenstrassen war er genau das. Eine natürliche, klare Evidenz.

But beyond the specs, there is the sensation. A simple press of the pedal, the Boost button, and you go from 0 to 100 km/h in 4.0 seconds. Clean, instant, addictive. Electric power has rarely felt so muscular, so alive. Switch to the sportier driving modes and the side bolsters hug you tighter to manage the G-forces, as the car climbs toward a top speed of 235 km/h.

Inside, everything is softness and ease. The perfect driving position comes naturally. Smartly used space, intuitive storage, premium touches in just the right places. And that optional blue Nappa leather upholstery, turning every journey into something special. The final flourish? Massaging seats that could make one almost look forward to a traffic jam. And then there is the SOUND. Bang & Olufsen signs a soundscape that is silky, immersive, powerful. Almost cinematic. In the quiet of an electric drivetrain, music becomes a traveling companion. You rediscover tracks you thought you knew.

The GV60 doesn't just offer comfort, it offers intelligence. Facial recognition to unlock the car, fingerprint start, predictive navigation-guided cruise control, head-up display, 360° surround camera. Assistance is there, yet never overbearing. You feel supported, but still entirely in command.

And when lunchtime or evening comes, the journey extends far beyond simply recharging a battery. A leisurely lunch in a lakeside lounge in Lucerne, a memorable evening at Bellevue Palace, Genesis offers far more than cars. It offers an experience: a sense of welcome, a quiet mastery of service, a form of luxury that is felt long before it is ever seen.

In the end, the GV60 isn't trying to impress. It aims to move you. To make you smile quietly. To leave its passengers with the sense that they traveled differently. And on the alpine roads, it simply felt right. Like an obvious choice.



genesis.com



Handwerkskunst und Performance mit dem Mazda6e

Perfekte Verbindung von technologischer Innovation und japanischer Eleganz. Der zu 100 % elektrische Mazda6e erweitert nun den Modellkatalog des japanischen Herstellers.

-/ A perfect fusion of technological innovation and Japanese elegance, the all-electric Mazda6e now shines in the Japanese automaker's lineup.

Julie Bellotto



Im vergangenen Frühjahr ehrte Mazda des traditionellen japanischen Handwerkskünste bei der Launch-Party der Mazda6e, seines neuesten 100 % elektrischen Modells. Musik, Gastronomie und Präsentationen tauchten die Gäste in die luxuriöse Welt der japanischen Marke ein. Gemeinsam mit dem schweizerisch-japanischen Künstler Taro Nordberg rückt der Hersteller insbesondere den Geist des Takumi ins Rampenlicht, des Meisterhandwerkers mit aussergewöhnliche Expertise und Präzision, durch Werke, die Kalligrafie und Sumi-e-Malerei (Tintenmalerei) vereinen.

Der Mazda6e faszinierte das Publikum mit seinem glänzenden Flügelgrill, der eine Anzeige des Batterieladestatus integriert. Der geräumige Innenraum setzt auf Ruhe und Gelassenheit, mit einem «schwebenden» Armaturenbrett und einer imposanten Mittelkonsole. Für das Interieur stehen drei Ausstattungsvarianten zur Auswahl: das Takumi-Finish mit beige oder schwarzem Lederbezug sowie die Takumi Plus-Finish aus Nappa-Leder in Tan und Alcantara.

Der Abend unterstrich die Essenz von Mazda: die Schöpfung umfassender Erlebnisse und Fahrzeuge bei denen Menschlichkeit und Emotion im Zentrum der Performance stehen.

-/ In spring, Mazda paid tribute to traditional Japanese craftsmanship at the launch event for its latest model, the Mazda6e, a fully electric car. Music, fine dining, and live demonstrations immersed guests in the brand's refined Japanese universe. In collaboration with Swiss-Japanese artist Taro Nordberg, the event celebrated the spirit of Takumi, the master artisan whose skill and precision embody excellence, through artworks combining calligraphy and sumi-e (ink painting).

The Mazda6e captivated the audience with its signature winged grille, now featuring a luminous finish that subtly reveals the battery's charge level. Inside, tranquility reigns supreme: a "floating" dashboard and a bold central console define the cabin's design. Three interior moods are available: the Takumi trim in beige or black, and the Takumi Plus version, upholstered in Tan Nappa leather and suede.

More than a presentation, the evening reflected Mazda's essence: crafting complete experiences and vehicles where emotion, human connection, and performance are beautifully intertwined.

Signature



Visit us at Signature,
Bahnhofquai 11 · 8001 Zurich

PROFESSIONAL OFFICE SPACE AVAILABLE NOW IN BAHNHOFPLATZ ZURICH

Unlock the freedom and choice to reimagine how you work. Choose from an unparalleled range of workspace solutions and locations designed to help your business thrive. Stay focused and productive and benefit from a happier, healthier way of working with Signature.

Offices
Coworking
Meeting Rooms

Talk to us

+41 44 551 98 10

Visit us



1.



BRIGHT SIDE

Kostbare Neuheiten, die einen Platz in Ihrem Schmuckkästchen verdienen.

-/ Exquisite new treasures, ready to be added to your jewelry box.

2.



Victoria Javet

3.



4.



5.



- 1. GRAFF Be Together bracelet, white gold and diamonds (3.77 cts)
- 2. BOGHOSSIAN 'Arches' Diamond and Chalcedony Earrings, Inlay collection, 18 K white gold, two marquise diamonds (0.71 cts each) and chalcedony
- 3. BVLGARI Serpenti Viper ring, 18 K white gold and diamonds (0.14 ct)
- 4. CARTIER Flexible LOVE bracelet, 18 K white gold
- 5. CHANEL ETERNAL N°5 LIGNE DE DIAMANTS necklace, 18 K white gold and diamonds

ELEGANTE DUFTSPUR

Zart und kostbar umhüllen diese Düfte die Haut von morgens bis abends.
-/ Delicate and precious, these fragrances caress the skin and more, from dawn to dusk.

Victoria Javet



Entwickelt, um sowohl die Haut als auch das Haar, die natürlichen Duftträger, zu veredeln, bietet Le Parfum Hair Rituel by Sisley eine zarte, aber den ganzen Tag über anhaltende Präsenz. Universell, elegant und dezent, vollendet dieser Duft das Schönheitsritual für sie und ihn. Eine frische, lebendige, zitrusartige Komposition aus Zitrone, Verbene und Lavandin öffnet sich zu einem Herz aus Mimose mit aromatischen und pflanzlichen Akzenten, bevor sie auf einem warmen, beruhigenden holzig-ambra-farbenen Fond ruht.

Designed to enhance both skin and hair, true diffusers of fragrance, Le Parfum Hair Rituel by Sisley offers a subtle yet enduring presence throughout the day. Universal, elegant, and discreet, this scent completes the beauty ritual for both men and women. A fresh, vibrant citrus opening of lemon, verbena, and lavandin leads to a heart of mimosa with aromatic, green accents, settling into a warm and reassuring amber-woody base.

Im September 2025 präsentiert Diptyque Lazulio eine Hommage an die kristalline und leuchtende Tiefe des Lapislazuli. Die spritzige Frische der Rhabarbernoten verbindet sich mit der cremigen Wärme des Benzoes und verleiht diesem Duft eine umhüllende, unwiderstehliche Wärme. Haitianischer Vetiver mit seinen holzigen und zitrusartigen Nuancen intensiviert diesen Duft, den eine zarte Note von Rose elegant erhellt. Der ikonische Flakon der Essences de Diptyque nimmt die ovale Signaturform des Hauses auf, mit einem Pfauenfeder-Motiv im Inneren, gestaltet vom Künstler Nigel Peake.

In September 2025, Diptyque unveils Lazulio, a tribute to the crystalline, luminous depth of lapis lazuli. The tangy brightness of rhubarb blends with the creamy notes of benzoin, giving this fragrance a warm, enveloping, and irresistible character. Haitian vetiver, with its woody and citrusy nuances, intensifies the trail, while a delicate hint of rose adds a touch of elegant light. The iconic Essences de Diptyque bottle retains the Maison's signature oval shape, featuring at its heart a peacock feather illustrated by artist Nigel Peake.

BLEU DE CHANEL L'EXCLUSIF erzählt den ultimativen Ausdruck von BLEU DE CHANEL, ein Duft, der die Grenzen klassischer Parfümerie überschreitet. Mit dieser faszinierenden Kreation erkundet Olivier Polge neue Dimensionen der maskulinen Duftwelt. Intensiv ambriert-holzig, besticht der Duft durch die Kraft und Fülle seines Trails. Sandelholz aus einer exklusiven Herkunft auf der Insel Maré verleiht Tiefe und Intensität, während die lederartigen und harzigen Noten des Labdanum-Cistus den geheimnisvollen Charakter des Parfums unterstreichen.

BLEU DE CHANEL L'EXCLUSIF embodies the ultimate expression of BLEU DE CHANEL, a fragrance that transcends the boundaries of traditional perfumery. With this captivating creation, Olivier Polge explores new dimensions of masculine territory. Intensely amber-woody, it stands out for the power and richness of its trail. Sandalwood from an exclusive source on the island of Maré adds depth and intensity, while the leathery, resinous notes of labdanum cistus reveal the mysterious character of this fragrance.



1.



2.

3.



BLACK MAGIC



4.



6.



5.



7.

- 1. LAURENT-PERRIER Grand Siècle – Itération N°26
- 2. SAINT LAURENT Cassandre leather belt
- 3. ZADIG & VOLTAIRE Black Rivyl Jumper
- 4. TECHNOGYM Technogym Bench
- 5. RICHARD MILLE RM 33-03 – Automatique
- 6. HÅSTENS BY FERRIS RAFAULI Monogram Robe
- 7. GIVENCHY Le Rouge Velvet Matte R14 lipstick

THE FASHION WINTER

RUNWAYS – DER TEUFEL TRÄGT PRADA – HERMÈS: AN ICON CALLED BIRKIN – SHOPPING – SHOOTING



Paco Rabanne on the set of "Casino Royale", working on the film's costumes with Julie Harris at Elstree, 1966 © Mirrorpix/Getty Images

PHOTOGRAPHER Morgane Meys
PRODUCTION Agathe Forichon
MODEL Juliet Searle / Square Model Agency
MAKE UP & HAIR Francis Ases



BACK *to* BASICS

Victoria Javet

In dieser Saison setzen die grossen Häuser auf Verlässlichkeit und Zeitlosigkeit. Komfort bleibt grenzenlos, und Bewährtes wird zu einem stabilen Fundament, auf dem neue Richtungen entstehen können.

Dieser Fluss aus Formen, Materialien und Farben überzeugt durch eine besondere Wandlungsfähigkeit. Oft neu interpretiert und manchmal hinterfragt, lädt er dazu ein, den eigenen Stil im Hier und Jetzt zu leben und eine persönliche Aussage zu vermitteln.

Zu den Highlights der Saison zählen feinstes Lederhandwerk, Kunstpelz und ebenso elegante Schlangenmotiv. Wir widmen uns erneut der Geschichte der wohl berühmtesten Tasche aller Zeiten, der Birkin Bag von Hermès, und werfen einen Blick auf die bemerkenswertesten Looks aus Der Teufel trägt Prada, der 2026 mit jener Schärfe zurückkehrt, die Generationen geprägt hat.

Auch die Persönlichkeiten, die die Modewelt 2025 geprägt haben, stehen im Fokus. Dazu gehören die vielen Wechsel in den Kreativdirektionen ebenso wie die neuen Gesichter, die mit ihrer Authentizität faszinieren.

In Verbundenheit mit unserer Wertschätzung für lokales Handwerk porträtieren wir das Haus Louis Origine. Von Kooperationen zwischen Luxusmarken und Fussballvereinen bis hin zu kuratierten saisonalen Must Haves zeigt sich immer wieder die zentrale Herausforderung des Luxus: die Fähigkeit zur Erneuerung, ohne die eigene Identität zu verlieren.

-/ For this issue, our editorial team is about to celebrate the fundamentals, drawing from the international runways and Autumn/Winter Shows 2025. This season, the maisons are embracing timeless values: comfort without constraint, confidence without compromise, and familiar references that form a solid foundation on which new directions can unfold.

Amid this flow of shapes, materials and colours, trends have the rare power to bring people together. Often reinterpreted and sometimes challenged, they offer everyone the freedom to express who they are in the present moment and to communicate a personal message.

Among this season's signatures are refined leatherwork, faux fur and the captivating elegance of snakeskin. We revisit the story behind one of the most iconic bags in history, the Birkin bag, and look back at the standout looks from The Devil Wears Prada, which returns in 2026 with the razor sharp wit that has marked entire generations.

We also shine a light on the personalities who defined the fashion landscape in 2025, from the constant movement among creative directors to the new faces who capture attention with their individuality.

Remaining faithful to our commitment to local craftsmanship, we highlight the Maison Louis Origine. From collaborations between luxury houses and football clubs to curated selections of seasonal essentials, this issue explores a challenge that remains central for every luxury brand: how to evolve and modernise without ever betraying the essence that built their reputation.



On the RUNWAY

Bolero, Schlangenprints oder weite Hosen werden in dieser Saison die Modebühne dominieren. Auf den Laufstegen der grossen Häuser setzen die Silhouetten auf zeitlose Eleganz, ohne jemals langweilig zu wirken. Im Fokus: Zehn Trends, die den Winter 2025/26 prägen.

-/ This season, boleros, snakeskin prints, and wide-leg trousers are set to dominate the fashion scene. Spotted on the runways, the silhouettes from the major fashion houses embrace timelessness without ever slipping into monotony. Focus on ten trends defining the 2025–2026 winter season.

Morgane Marchon, Maéva Dessiex, Victoria Javet



ROBERTO CAVALLI

ZIMMERMANN

STELLA MCCARTNEY

JACQUEMUS, "Le Petit Calino"

LUDOVIC DE SAINT SERVIN

SCHLANGEN *print*

Zum Jahr der Schlange gehört der Animal-Print sowohl auf Kleidung als auch auf Accessoires. Als kaltblütiges Tier zeigt er sich besonders bei Zimmermann in warmen Farbtönen.

-/ In step with the Year of the Snake, reptile prints are everywhere, from statement dresses to must-have accessories. A cold-blooded creature, it features warm tones, seen notably at Zimmermann.

Der **BOLERO**

In den letzten Jahren etwas in Vergessenheit geraten, feiert der Bolero in diesem Winter ein starkes Comeback. Früher nur für abendliche Anlässe getragen, begleitet er nun von Sonnenauf- bis Sonnenuntergang. Ludovic de Saint Sernin präsentiert eine innovative Version in Metallic.

-/ After years out of the spotlight, the bolero is back in a big way. Once meant for nighttime outings, it is now a look that lasts from dawn to dusk. Ludovic de Saint Sernin gives it a futuristic spin in metallic tones.



Lingerie-**INSPIRATION**

In dieser Saison zeigen die Körper ihre Geheimnisse. Spitze, Satin und andere feine Details verlassen das Boudoir, um im Rampenlicht zu glänzen.

-/ This season, bodies reveal their secrets. Lace, satin, and other delicate touches step out of the boudoir to shine in broad daylight.

Collar **KOKON**

Besonders bei Alaïa und Stella McCartney zu sehen, liegen Teile, die das Gesicht einhüllen, voll im Trend. Perfekt, um inkognito zu bleiben und gleichzeitig warm.

-/ Spotted at Alaïa and Stella McCartney, face-framing, cocoon-like pieces are making waves this season. Perfect for staying warm and under the radar.

ALAIÀ



STELLA MCCARTNEY

SAINT LAURENT



ALAIÀ

PRADA



SCHIAPARELLI
Fall/Winter
2025



VALENTINO



DIOR

Das **BUSTIER**

Ob als Kleid oder Top, das Bustier verleiht jedem Look eine feminine Note. Ein wertvoller Begleiter, sowohl für kleine als auch für grosse Anlässe.

-/ As a dress or a top, the bustier instantly elevates any silhouette: A go-to ally for both everyday moments and special occasions.

KARIERT

Der Preppy-Stil erobert die Herrengarderobe mit Karomustern und Vintage-Schnitten.

-/Classic checks bring a preppy twist to men's wardrobes, paired with retro-inspired cuts.

LOUIS VUITTON



LOUIS VUITTON



HED MEYNER



AMI PARIS



SAINT LAURENT

VERSACE



WOORYOUNGMI



Der MANTEL

Figurbetont geschnitten, offenbart der Mantel, wer ihn trägt. Ein Power Piece im Fokus.

-/Tailored and refined, the coat makes a statement of its own. A true power piece at first glance.

DER TEUFEL TRÄGT PRADA 1 & 2 DIE BESTEN OUTFITS

Kurz bevor «Der Teufel trägt Prada 2» auf am Set Bildschirmen zu sehen ist, wirft COTE Magazine einen Blick auf die Outfits vom Set sowie auf die ikonischen Looks des ersten Teils. Wer wird Mirandas Lippenstiftblick entkommen?

-/ As "The Devil Wears Prada 2" gears up for release, COTE Magazine takes a look at the outfits spotted on set as well as the iconic looks from the first film. Who will survive Miranda's infamous pursed-lip glare?

Victoria Javet

Er hat Generationen geprägt und Millionen junger Talente zu Beginn ihrer Karriere träumen lassen, genau wie seine Heldin Andy Sachs. Er brachte uns den Cerulean-Blau-Trend näher und zeigte, welche Auswirkungen Maiscremesuppe auf die Silhouette haben kann. «Der Teufel trägt Prada» kehrt 2026 zurück, zwanzig Jahre nach dem ersten Teil. Mit seinen kultigen, scharfzüngigen Dialogen und den Outfits grosser Designer ist der Film zur Bibel für alle geworden, die sich in der Modewelt bewegen. In der würdigen Fortsetzung des Magazins Runway hat COTE die besten Looks aus beiden Filmen zusammengestellt.

-/ The original movie left a lasting impression on generations and inspired millions of young talents at the start of their careers, just like its heroine Andy Sachs. It introduced us to cerulean blue and the havoc corn chowder can wreak on a figure. "The Devil Wears Prada" returns in 2026, twenty years after the first film. With its now-classic lines and designer looks, the movie has become a bible for anyone connected to the fashion world. For this worthy sequel to Runway magazine, COTE has picked the standout outfits from both films.



HELDIN IN CHANEL

Nach einem holprigen Start am Runway wegen ihres unpassenden Stils wendet sich Andy an Nigel, Mirandas rechte Hand, und taucht – sehr zur Überraschung ihrer Kolleginnen und Kollegen – in einem kompletten Chanel-Look mit Fendi-Tasche wieder auf.

HEROINE IN CHANEL

After getting off on the wrong foot at Runway due to her questionable style, Andy turns to Nigel, Miranda's right-hand man, and reemerges in a head-to-toe Chanel look with a Fendi bag, leaving her colleagues speechless. Chanel pieces feature prominently throughout the film, and on the set of the second installment, Chanel sandals were paired with more casual outfits.

RENNEN GEGEN DIE ZEIT

Nach ihrem Makeover gewinnt Andy Selbstvertrauen und durchstreift die Strassen New Yorks in immer mutigeren Outfits. Wir erinnern uns alle an ihre makellosen weissen und vintagegrünen Mäntel. In der Version von 2026 trägt Andy einen grauen Hosenanzug im maskulinen Stil. Zwanzig Jahre später wirkt die Journalistin nach wie vor immer in Eile.

RACE AGAINST TIME

After her makeover, Andy blossoms with confidence, striding through the streets of New York in increasingly polished outfits. We all remember her crisp white coat and vintage green jacket. In the 2026 installment, she rocks a gray menswear-inspired suit, and even twenty years later, the journalist still seems perpetually in a hurry.



NIGHT-MODE AKTIVIERT

An einer Runway-Gala erscheint Andy in einem schwarzen Kleid, an der Seite von Miranda und Emily, völlig verwandelt. Nach diesem Abend schickt Miranda Andy anstelle von Emily nach Paris und befördert sie damit offiziell zur ersten Assistentin. Auch 2026 ist Anne Hathaway in ihrem Kleid und mit ihrer Rabanne-Tasche nach wie vor atemberaubend

NIGHT MODE ACTIVATED

At the Runway gala, Andy appears transformed in a black dress alongside Miranda and Emily. After the event, Miranda decides to send Andy to Paris instead of Emily, officially promoting her to first assistant. In 2026, Anne Hathaway still stuns in her dress and Rabanne bag.

HERMÈS: EINE IKONE NAMENS BIRKIN

Selten sind die Objekte, die den Status einer Ikone erreichen. Als Symbol für Eleganz und Exklusivität lässt die Birkin von Hermès Fashionistas seit über vierzig Jahren träumen.

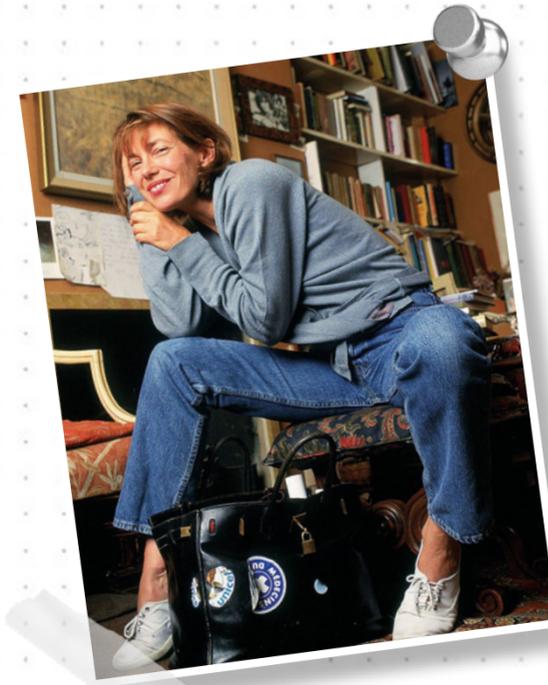
-/ Few objects achieve the status of a true icon. A symbol of elegance and exclusivity, the Hermès Birkin has captured the imagination of fashion lovers for more than forty years.

Victoria Javet



Die schönsten Geschichten entstehen oft aus unerwarteten Begegnungen, und die von Jane Birkin und Jean-Louis Dumas gehört dazu. Anfang der 1980er-Jahre saßen die Künstlerin und der Präsident von Hermès nebeneinander auf einem Flug von Paris nach London. Nachdem Jane Birkin ihre persönlichen Sachen fallen liess, beklagte sie sich darüber, keinen Bag zu finden, der gleichzeitig praktisch und elegant für ihren Alltag als junge Mutter sei. Neugierig schlug Dumas vor, nach einer Tasche mit Taschen zu suchen. «Was Sie nicht sagen? Hermès macht keine Taschen» erwiderte die Sängerin, bekannt für ihren scharfen Witz. Daraufhin offenbarte Dumas seinen Status: «Aber ich bin Hermès.» Anschliessend skizzierte er das ideale Modell auf einem Papierbeutel nach Janes Angaben und versprach, es umzusetzen. Ohne es zu wissen, entwarf das improvisierte Duo die ersten Linien einer Ikone. Die Anzahl der Birkin Bag war von Anfang an stark begrenzt. Im Laufe der Zeit entwickelte sie sich zu einem begehrten Objekt, weit mehr als nur ein Modeaccessoire, und ist bis heute nur einer ausgewählten Kundschaft vorbehalten. Diese Seltenheit erlaubt es Hermès, den Mythos zu pflegen, denn man «wählt» eine Birkin nicht, es ist das Haus, das ein Modell vorschlägt.

-/ The most memorable stories often come from unexpected encounters, and the meeting of Jane Birkin and Jean-Louis Dumas is one of them. On a Paris to London flight in the early 1980s, the artist and the then-president of Hermès found themselves seated next to each other. After dropping her personal belongings, Jane Birkin complained that she could never find a bag that was both practical and elegant for her daily life as a young mother. Intrigued, Dumas suggested she look for a bag with pockets. “What do you mean? Hermès doesn’t make bags with pockets”, the singer, known for her wit, replied. The man then revealed his identity: “But I am Hermès.” He then sketched the ideal design on a paper bag following Jane’s instructions, and promised to bring it to life. Without knowing it, the impromptu pair had just begun creating an icon. The distribution of the Birkin was very limited from the start. Over time, it became far more than a simple accessory and turned into a coveted object of desire, still reserved today for a select clientele. This rarity helps Hermès maintain the myth, as one does not simply choose a Birkin; the house offers the model.



Als Symbol für eine seltene Verbindung von Funktionalität und Prestige in der Lederwarenwelt vereint die Birkin beides auf einzigartige Weise. Vollständig von Hand in den Hermès-Ateliers von einem einzelnen Handwerker gefertigt, steht sie für meisterhaftes Können. Die verwendeten Lederarten werden wegen ihrer besonderen Qualität ausgewählt: Kalbsleder, Krokodil, Strauss, Eidechse und mehr. Erhältlich in verschiedenen Grössen (25, 30, 35, 40 cm und teils grösser), zeichnet sich die Tasche durch ihre rechteckige Form, die Umschlagklappe mit Riemen sowie Schloss und Schlüssel in einer Glocke aus. Jedes Exemplar erfordert zwischen 15 und 20 Stunden sorgfältiger Handarbeit. Die Preise variieren je nach Grösse, Lederart und Seltenheit. Einige Sondereditionen, wie die Himalaya aus weissem Krokodilleleder, können mehrere Hunderttausend Euro kosten.

Representing a rare combination of practicality and prestige in leather goods, the Birkin is entirely handcrafted in Hermès workshops by a single artisan and embodies exceptional craftsmanship. The leathers are chosen for their high quality, including calf, crocodile, ostrich, and lizard. Available in several sizes, from 25 to 40 centimeters and sometimes larger, it is distinguished by its rectangular shape, flap with straps, and lock and key kept in a clochette. Each bag requires fifteen to twenty hours of meticulous work. Prices vary according to size, leather, and rarity. Some special editions, such as the Himalaya in white crocodile, can reach several hundred thousand euros.

Im Gefolge von Jane Birkin verdankt die Tasche einen Teil ihres Ruhms den zahlreichen Persönlichkeiten, die sie getragen haben. Auch die Popkultur griff sie auf, mit Auftritten in «Sex and the City» oder «Gilmore Girls» und Erwähnungen in Songs von Drake oder Cardi B. Im Juli 2025 festigte die «Birkin» ihren Ikonenstatus endgültig bei der Auktion von Sotheby’s Paris, bei der das Originalmodell von 1984, das für Jane Birkin entworfen wurde, angeboten wurde. Zuvor in renommierten Museen wie dem V&A London und dem MoMA New York ausgestellt, wurde das Stück nach nur zehn Minuten Bietergefecht von einem japanischen Sammler für 8,6 Millionen Euro erworben.

Following in Jane Birkin’s footsteps, the bag owes much of its fame to the many celebrities who have adopted it. Pop culture has embraced it as well, with appearances in “Sex and the City” and “Gilmore Girls” and mentions in songs by Drake and Cardi B.

In July 2025, the Birkin cemented its status as an icon at the Sotheby’s Paris auction, which featured the original model created for Jane Birkin in 1984. Previously exhibited in prestigious museums such as the V&A in London and the MoMA in New York, the bag was acquired by a Japanese collector for 8.6 million euros after only ten minutes of bidding.



CHANEL DIE ESSENZIELLE GESTE

Ein neues Kapitel beginnt für das Haus mit dem Doppel-C.
Eine richtige Geste, eine vielfältige Weiblichkeit, eine neue Art, Chanel zu leben.

-/ A new chapter opens for the House of the double C's.
A deliberate gesture, a plural femininity, a new way of inhabiting Chanel.

Sabrina Faubel

Unter der Glaskuppel des Grand Palais erstrahlte am 6. Oktober der Himmel. Umlaufende Planeten, hängende Lichter, 77 freigelegte Silhouetten. Die Bühne war bereit. Chanel wagte es: eine neue Ära einzuleiten.

An der Spitze dieser Revolution steht Matthieu Blazy. Ruhig, gebildet und zutiefst sensibel, verankert der neue Kreativdirektor seine Vision in der Intimität von Gabrielle Chanel. Nicht durch die Neuinterpretation ihrer Archive, sondern durch das Hinhorchen auf ihr Leben. Ein Charvet-Hemd, getragen aus Liebe, ein überarbeiteter Herrenanzug, um zu verführen, Federn, um zu träumen und zu lächeln. Hier ist alles Chanel, aber mit einem neuen Blick.

Die Kundin von gestern erkennt hier das Erbe, die Jugend von heute hört ein Versprechen. Silhouetten, die Persönlichkeit tragen. Eine Weiblichkeit, begehrt, vielfältig, unaufdringlich, aber tiefgehend. Diejenige, die liebt, diejenige, die schafft, diejenige, die geht. Diejenige, die es wagt, zugleich viril und verletzlich zu sein.

Weit entfernt von der Versuchung des Mythos oder des Pastiche fängt Matthieu Blazy die DNA ein, um sie neu zu übersetzen. Er gibt dem Kleidungsstück seine ursprüngliche Funktion zurück, leben. Tweed, Jersey, Schmuck, Leinen, alles ist da, doch nichts ist starr. Alles bewegt sich, alles atmet, auf neue Weise. Als würde das Haus endlich die Frauen von heute ansprechen, ohne die von gestern auszuschließen.

Eine Modenschau, die mit Standing Ovations gefeiert wurde. Und mit einem Lächeln: dem von Awar Odhiang, die die Show mit einem Freudenbruch abschloss. Eine instinktive, fast politische Geste, wie eine spontane Antwort auf das, was Matthieu Blazy gerade geschaffen hatte.

An diesem Abend liess Chanel uns träumen. Das Haus hat den Blick verändert: auf die Frau, auf die Zeit, auf sich selbst. Und wenn wahre Modernität genau das bedeutet, zu wagen, neu zu beginnen? Nicht aus Provokation, sondern aus Überzeugung. Eine Geste, frei, lebendig, gegen den Strom. Entstanden, ganz einfach, aus tiefer Liebe zum Kleidungsstück.



-/ Beneath the Grand Palais glass roof on October 6, the sky lit up. Planets in orbit, suspended lights, 77 unveiled silhouettes. The stage was set. Chanel dared: to enter a new era.

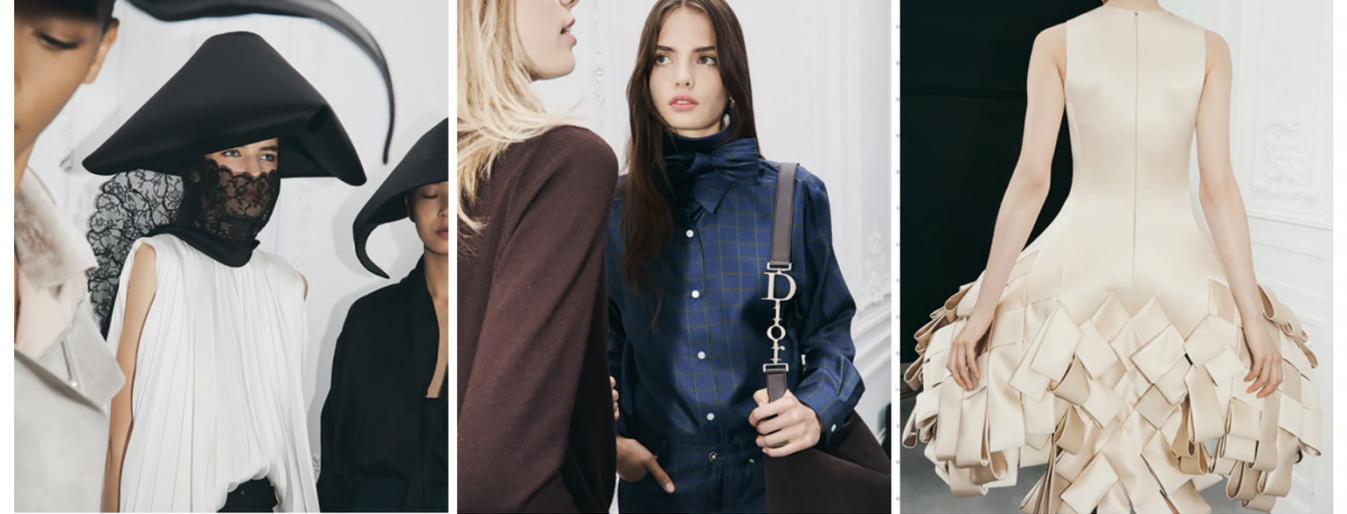
At the helm of this revolution: Matthieu Blazy. Calm, cultured, deeply sensitive, the new artistic director embeds his vision in the intimacy of Gabrielle Chanel. Not by reinterpreting her archives, but by listening to her life. A Charvet shirt worn for love, a reworked men's suit to seduce, feathers to dream and smile. Here, everything is Chanel. But seen through a different lens.

Yesterday's client will recognize the heritage; today's youth will hear a promise. Silhouettes with presence. A desired, plural femininity, understated yet inhabited. The woman who loves, who creates, who departs. The one who dares to be both strong and vulnerable.

Far from the temptation of myth or pastiche, Matthieu Blazy captures the DNA to transpose it anew. He restores the garment to its primary function: to live. Tweed, jersey, jewelry, lines — all are there, yet nothing is fixed. Everything moves, everything breathes, differently. As if, finally, the House were speaking to today's women without sidelining those of yesterday.

A runway met with a standing ovation. And a smile: that of Awar Odhiang, closing the show with an explosion of joy. An instinctive gesture, almost political, a spontaneous response to what Matthieu Blazy had just created.

That night, Chanel made us dream. It changed its gaze: on women, on time, on itself. And perhaps true modernity is this: daring to start again. Not out of provocation, but conviction. A gesture, free, alive, against the current. Born, quite simply, from a profound love of clothing.



DIOR GEFLÜSTERTE KLARHEIT

Nichts ist riskanter, als sich einer Ikone zu nähern, Geschweige denn, sie nachzuahmen.
Es erfordert mehr als nur Können: eine Vision, eine persönliche Interpretation, ein echtes Statement.

-/ Nothing is riskier than approaching an icon, let alone reinterpreting it.
It requires more than skill: a vision, a personal reading, a true point of view.

Sabrina Faubel

Für Frühjahr/Sommer 2026 hat sich Dior daran versucht und uns nicht unberührt gelassen. Es erforderte Mut. Die Pandora-Box von Dior zu öffnen, seine Ikonen zu wecken, seine Codes wiederzubeleben, ohne sie zu fixieren, ohne darin zu versinken. Die Blütenblätter, die Schleifen, die Hüte, die erinnerungsreichen Silhouetten. Jonathan Anderson stellte sich dieser Aufgabe und plötzlich begann die Vergangenheit, sich zu entfalten.

Unter einer umgekehrten Pyramide ruft Adam Curtis die Schlaglichter von gestern hervor. Die Bilder ziehen vorbei, die Schatten tauchen wieder auf. Der Ton ist gesetzt: Dieser Frühling-Sommer wird erinnerungswürdig, fast sakral. Nicht museal, nicht altertümlich, sondern dicht, geisterhaft und intellektuell.

Die Bar-Jacke ist kurz geschnitten, das Junon-Kleid wird im Prêt-à-porter leichter, die Silhouetten spielen mit Volumen zwischen Mini-Röcken und bestickten Mousselines. Jede Falte, jeder Umhang, jede Schleife erzählt die Geschichte eines neu interpretierten Codes, bei dem nichts dem Zufall überlassen wird, schon gar nicht die Hommage.

Doch genau hier setzt die Debatte an. Denn so makellos die Kopie auch sein mag, die Dior-Frau bleibt in der Schwebel. Intelligent, ja. Ikonisch, vielleicht. Begehrtest? Nicht immer. Wer ständig neu interpretiert, läuft fast Gefahr, sich selbst zu verlieren.

Ein Ballkleid fängt den Blick ein: Couture-Anmut, ein leiser Nervenkitzel, fragile Balance, schwankend am Rand des Möglichen. Anderswo siegt die Strenge, das Konzept setzt sich durch. Das Auge bewundert, das Herz zögert.

Also, ist es eine Revolution? Ein Vorspiel? Eine Wiederaufnahme? Ein Flüstern, eine Herausforderung? Nein. Aber ein neues Kapitel, ja. Klar, markant, selbstbewusst. Und vielleicht das Versprechen, dass Dior sich neu erfindet, mit diesem seltenen Talent: zu berühren, wenn es niemand erwartet, und doch jeder es erahnt.

-/ For Spring-Summer 2026, Dior took up the challenge, and it leaves no one indifferent. Courage was required. To open Dior's Pandora's box, awaken its icons, resurrect its codes without freezing them, without getting lost in them. The petals, the bows, the hats, the memory-laden silhouettes. Jonathan Anderson faced the task, and suddenly, the past began to parade.

Beneath an inverted pyramid, Adam Curtis conjures the rhythms of yesterday. Images scroll, shadows reemerge. The tone is set: this spring-summer is memorial, almost sacred. Not museum-like, nor ancestral, but dense, spectral, cerebral.

The Bar jacket is cropped, the Junon dress lightens into ready-to-wear, silhouettes play with volume between mini-skirts and embroidered mousseline. Every fold, every cape, every buckle tells the story of a rewritten code where nothing is left to chance, least of all the homage.

Yet this is where the debate begins. Because while the craftsmanship is flawless, the Dior woman remains in suspension: a question mark. Intelligent, yes. Iconic, perhaps. Desirable? Not always. In endlessly revisiting, one almost risks erasing oneself.

A bubble dress captures the eye: couture poise, a subtle thrill, fragile balance, teetering on the edge. Elsewhere, rigor prevails, the concept asserts itself. The eye admires, the heart hesitates.

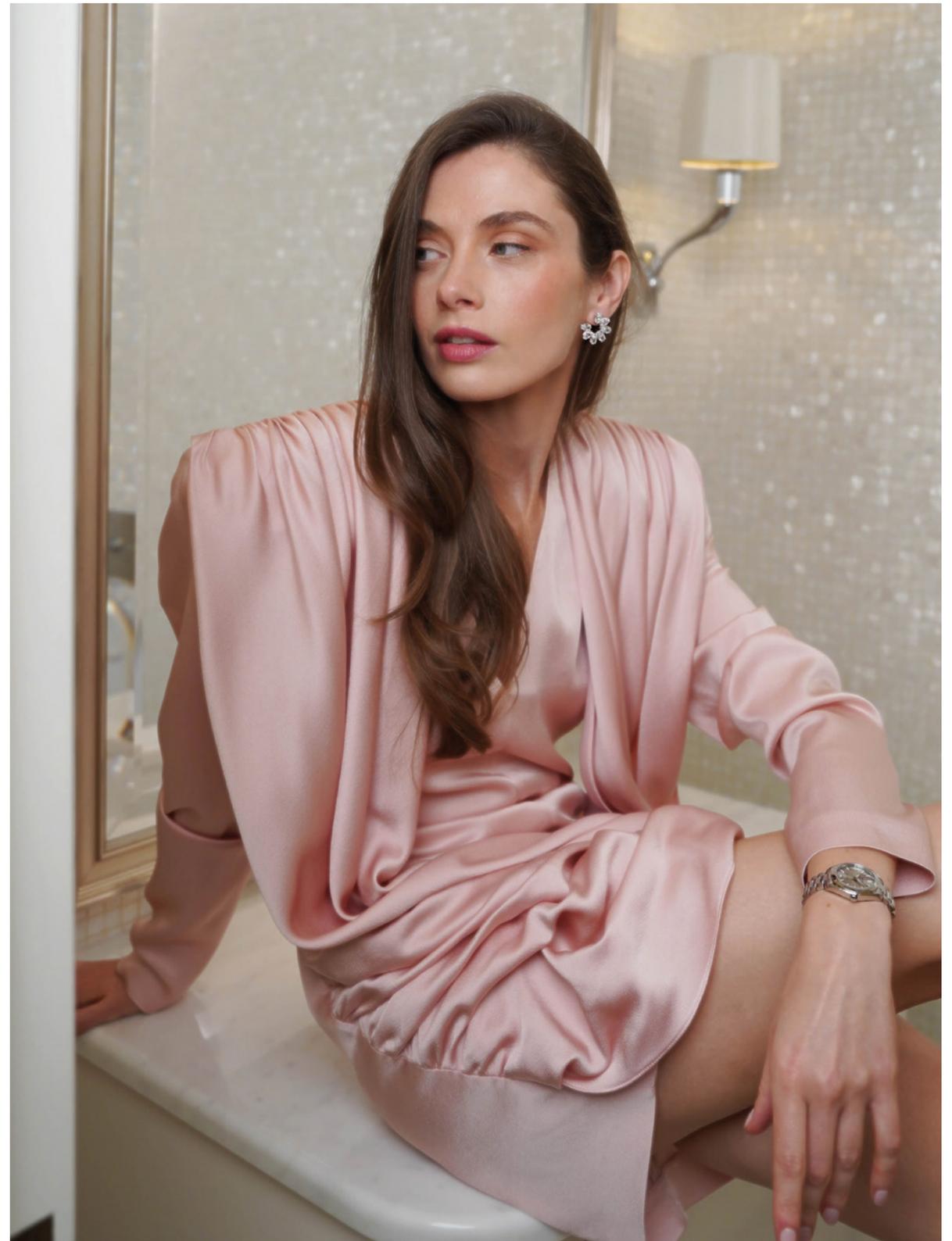
So is this a revolution? A prelude? A reprise? A whisper, a challenge? No. But a new chapter, yes. Clear, signed, unapologetic. And perhaps the promise that Dior is redefining itself, with that rare talent: the ability to move... when nothing foretells it. Yet when everything senses it.

BEFORE MIDNIGHT

PRODUCTION **AGATHE FORICHON**
PHOTOGRAPHER **MORGANE MEYS**
ASSISTANT **MAÉVA DESSIEX**
MODEL **JULIET SEARLE – SQUARE AGENCY**
MAKE UP & HAIR **FRANCIS ASSES**
LOCATION **THE WOODWARD – AUBERGE COLLECTION**



PATEK PHILIPPE Twenty~4 Perpetual Calendar, 36 mm rose gold case with silvery "shantung"-finished dial **DE LA VALI** Bayamo maxi dress (available at CURATOR13) **AVINAS** Single hoop earring 12mm, solitaire round necklace 18K, gold & diamonds



LEFT élégante by **F.P.JOURNE** 40 mm in Titanium, set with 12 rows of diamonds, on a Titanium set bracelet, with white rubber links
DE LA VALI Lusiva midi dress (available at CURATOR13) **AVINAS** Large hoop earrings 45mm, Eternity ring 4 ct, gold & diamonds

RIGHT **OMEGA** Seamaster Aqua Terra 150, 30mm diameter, sandstone, stainless steel case **STELLA MCCARTNEY** Pleated Satin V-Neck Mini Dress (available at Globus) **AVINAS** Gaia earrings



OMEGA Seamaster Aqua Terra 150, 30mm, burgundy, 18K Sedna™ Gold case with diamond indexes and diamond-paved bezel **BOTTEGA VENETA** Small Andiamo limestone **ISABEL MARANT** Wool jacket "Fedra" ecru (available at Globus) **SANDBEIGE** Knitted trousers dark brown (available at Globus) **AVINAS** Monaco earrings, Malin ring, Snake ring





LEFT **BLANCPAIN** Villeret Quantième Phases de Lune in golden-brown, 33.2 mm stainless-steel case with diamond-set bezel and white gold indexes **STELLA MCCARTNEY** Top offwhite, jeans straight fit dark blue (available at Globus) **AVINAS** Tennis bracelet, climbing stones earrings, Amara ring, Eternity ring 0.25 ct, gold & diamonds

RIGHT **GÜBELIN** Sparks Collection: Chandelier Ear Charms in Tanzanite, Heart Bracelet, Round Rivière Bracelet, Round Bracelet with brilliant-cut diamonds, Single Stone Ring with brilliant-cut diamonds, Three-Stone Rings - Red Gold **HARMUR** Classic maxi wrap dress (available at CURATOR13)



GRAFF Spiral White Pavé Diamond Necklace (22.12 cts),
Spiral White Pavé Diamond Hoop Earrings (2.43 cts), Spiral
Ring Set With White Diamonds (1.02 cts), Yellow Gold
GANNI Casual dress black (available at Globus)

THE SIXTIES

DIE JAHRE DER FREIHEIT – PLAYLIST – DIE GEBURT DER IKONEN – UNTER DER SONNE – LEGENDARY BUILDINGS



The Jaguar Classic E-Type at the Geneva Motor Show, 1961 © Jaguar



DIE JAHRE DER FREIHEIT

Sie prägten Presley, Warhol und Monroe ... und schenkten uns Luther King, JFK und Castro: Die 60er-Jahre sind ein brodelndes Zeitalter der Freiheit, Kreativität und Gegenrevolutionen.

-/ They gave us Presley, Warhol and Monroe... Luther King, JFK and Castro. The Sixties were a fever of freedom, creativity and rebellion.

John Hartung

Zum Beginn der 1960er-Jahre atmet die Welt auf. Die Narben des Krieges verblassen unter dem Lack des Wohlstands. Der Westen kleidet sich, rüstet sich aus, präsentiert sich. Die dreissig glänzenden Jahre zeichnen einen Horizont des Komforts: neue Autos und Autobahnen, Kühlschränke und Fernseher. Nachdem sie die Welten zu zerstören versucht hatte, spricht die Wissenschaft nun von Fortschritt, Weltraumeroberung und Freiheit. Frauen und rassische Minderheiten emanzipieren sich – es sind die Jahre der Civil Rights. Rom, 1960: Fellini dreht *La Dolce Vita*, Anita Ekberg lässt sich in den Trevi-Brunnen fallen und wird zum Spiegel einer Epoche: Leben ist ein Fest, Schönheit ein absolutes Gut, Musse eine beneidenswerte Kunst. Es ist die Geburtsstunde der Paparazzi und einem Jetset, die sich in Capri, Saint-Tropez, Gstaad niederlässt. Eine Nachkriegs-Euphorie, die Piaget, Bvlgari oder Dior in funkelnden Objekten ausdrücken. In Amerika regiert Presley. Nach seiner Rückkehr aus dem Militärdienst veröffentlicht er *„It's Now or Never“*. Der Rock'n'Roll wird zum Symbol einer Jugend, die nicht aus Pflicht, sondern aus Lust lebt. In Hollywood glänzt und schwankt Marilyn Monroe, die Welt lebt von ihrem Lachen, ihren Tränen und den Barbiturat-Tabletten; es ist der 4. August 1962, drei Uhr morgens, als sie stirbt. Ihre Seele ist zerbrochen. Ihre Schönheit wird zur Legende.

As the 1960s dawned, the world was breathing again. The scars of war were fading beneath a new gloss of prosperity. The West was dressing up, tooling up, showing off. The postwar boom years promised a horizon of comfort: shiny cars and brand-new highways, refrigerators and televisions. After having harnessed science to destroy, mankind was now using it to dream of progress, of space, of freedom. Women and racial minorities were beginning to emancipate. These were the years of civil rights. Rome, 1960. Fellini releases *„La Dolce Vita“*. Anita Ekberg steps into the Trevi Fountain and into legend — the mirror of an era when life itself was a celebration, beauty an absolute, and idleness an enviable art. It was the birth of paparazzi and of a jet set settling in Capri, Saint-Tropez, and Gstaad. The postwar euphoria took form in the brilliance of Piaget, Bvlgari and Dior. Across the Atlantic, Presley reigned supreme. Fresh from military service, he released *„It's Now or Never.“* Rock 'n' roll became the anthem of a youth that wanted to live, not out of duty, but for the sheer joy of living. In Hollywood, Marilyn Monroe shimmered and faltered; the world would live on her laughter, her tears, and her barbiturates. It was August 4, 1962, three in the morning, when she slipped away. Her soul had cracked; her beauty would become myth.

Ein Jahr zuvor, 1961, zieht John Fitzgerald Kennedy ins Weisse Haus ein. JFK ist ein Lächeln, Jugend, ein Versprechen. Kennedy ist ein Clan, und es ist Jackie – makellose, einfache, souveräne Eleganz. Doch JFK ist auch das Amerika der Bay of Pigs (die Invasion Kubas endet im Fiasco), die Krisen der Raketen und der Kalte Krieg, in dem Atomsprenköpfe sich stapeln und über Ozeane hinwegtransportiert werden. Hier tauchen Castro und Guevara auf, Symbole einer romantisierten Revolution, die 60 Jahre Diktatur nach sich zieht. El Che traf Castro 1955 in Mexiko, sie kämpften Seite an Seite. Seine Porträts, bald von Warhol und Alberto Korda als Siebdruck verewigt, werden zur Ikone des idealen Rebellen, politisch und ästhetisch, und gehen um die Welt. Noch heute: El Che vive!

1963 kippt ins Tragische: Am 22. November fällt JFK den Kugeln zum Opfer. Die Bilder laufen weltweit in Endlosschleife. Mein Grossvater weckt seine drei Söhne, um ihnen mitzuteilen, dass Kennedy ermordet wurde. Wie er haben Millionen Eltern auf der ganzen Welt ihre Kinder geweckt. Wer dieses Ereignis erlebt hat, erinnert sich noch genau, was er in dem Moment tat, ähnlich wie wir alle wissen, was wir am 11. September 2001 gemacht haben.

1963 ist auch das Jahr eines Traums, Martin Luther King hält eine der legendärsten Reden der Menschheitsgeschichte: *„I have a dream ...“* Ein Traum, der ihn fünf Jahre später das Leben kosten wird. Während Jackie sich in Schwarz hüllt und zur melancholischen Ikone eines unterbrochenen Traums wird, lässt Brigitte Bardot Saint-Tropez tanzen und Audrey Hepburn erleuchtet *„Breakfast at Tiffany's“*. Die Mode wird leichter, die Frau befreit sich.

1964 tauchen vier Jungs aus London im ersten Mega-Show-Auftritt, dem Ed Sullivan Show, auf, gesehen von 73 Millionen Amerikanern. Es ist der Beginn der *„Beatlemania“*. Die Röcke werden kürzer, die Antibabypille befreit die Körper, Feminismus erwacht durch Musik und Mode, bevor er sich in Gesetzen manifestiert. In den Ateliers erfindet Yves Saint Laurent den Luxus des Prêt-à-porter, den Smoking für Frauen, die Saharienne, die Transparenz. Dior, Balmain und Cardin passen sich dieser Modernität an. Bei Piaget schmücken Turquoise, Jade und Lapislazuli die Zifferblätter.

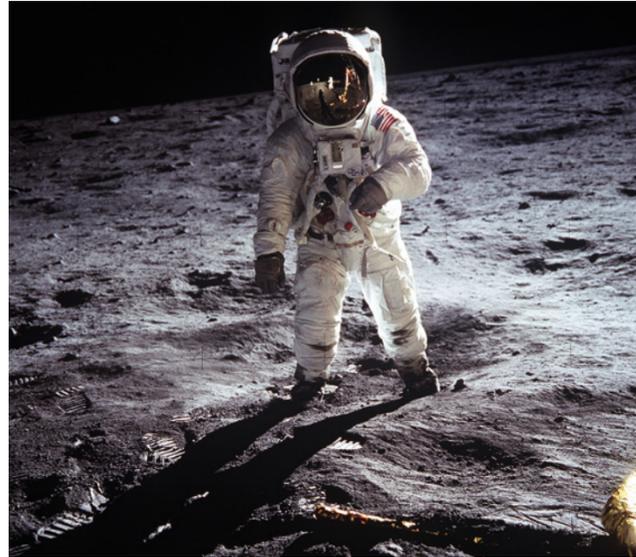
-/ A year earlier, in 1961, John Fitzgerald Kennedy had entered the White House. JFK was youth, promise, and charm. Kennedy was a clan — and Jackie: effortless grace, sovereign simplicity. But JFK also meant the Bay of Pigs fiasco, the Cuban missile crisis, and a Cold War in which nuclear heads multiplied and crossed oceans. From that conflict emerged Castro and Che Guevara, symbols of a romantic revolution that would give birth to sixty years of dictatorship. El Che had met Castro in Mexico in 1955; they fought side by side. His portrait, soon silk-screened by Warhol and immortalized by Alberto Korda, became the global emblem of rebellion: political, aesthetic, eternal. Even today, El Che vive!

1963 tipped into tragedy. On November 22, Kennedy was shot. The images looped endlessly across the world. My grandfather woke his three sons to tell them the news. All over the globe, millions of parents did the same. Everyone remembers where they were that day — as we all remember September 11, 2001.

But 1963 was also the year of a dream — Martin Luther King's dream. His speech, *I Have a Dream*, remains one of the most stirring ever delivered by a human being, a dream that would cost him his life five years later. While Jackie donned her black gloves and became the melancholy icon of a broken ideal, Bardot was making Saint-Tropez dance, and Audrey Hepburn lit up *Breakfast at Tiffany's*. Fashion grew lighter; women freer.

Then came 1964. Four boys from London appeared on the Ed Sullivan Show, watched by 73 million Americans. It was the dawn of Beatlemania. Skirts rose, the pill freed bodies, and feminism awakened — first through music and style, then in law. In the ateliers, Yves Saint Laurent invented luxury ready-to-wear, the women's tuxedo, the safari jacket, and the art of sheer. Dior, Balmain, and Cardin embraced the new modernity. Piaget adorned its dials with turquoise, jade, and lapis lazuli.





1965: Die Bilder des Vietnamkriegs erschüttern eine Generation, die von Träumen und Rockmusik genährt wurde, bald auch von Sex und Drogen. 1968 erschiesst man Luther King, dann Robert Kennedy, doch Warhol entkommt. Der amerikanische Traum wankt, seine Widersprüche werden nur noch von seiner Heuchelei übertroffen. 1968: Jahr der Pflastersteine, der Slogans, der Utopien. Die Jugend lehnt Autorität ab, verliebt sich in den Kommunismus, ohne dessen Despotismus zu erkennen. In den Ateliers entfacht die Mode ein weiteres Mal das Feuer der Freiheit: Miniröcke, Leder, psychedelische Farben. Elvis erkennt, dass er die Musik dem Film vorziehen muss: Das Comeback Special, ein TV-Konzert, macht ihn erneut zum König. Die Stones verkörpern die dunkle Seite der Jugend, die Beatles, weiterhin strahlend, führen diejenigen, die lieben statt Krieg führen, auf eine Suche nach spiritueller Expansion, bei der Spiritualität und LSD oft verschwimmen.

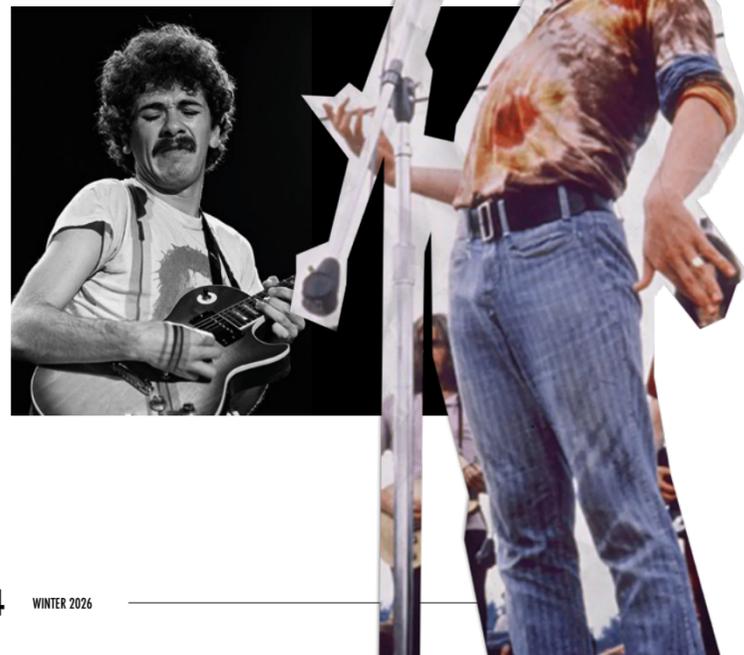
Dann kam 1969: 600 Millionen Zuschauer verfolgen Armstrong und Aldrin auf dem Mond; aus Traum wird Technologie Realität. In Woodstock feiert die Menge Hendrix, Santana und Cocker. Am Ende des Jahrzehnts hat sich die Welt verändert. Fernseher verbinden die Kontinente, Bilder vereinheitlichen Wünsche. Der Begriff Konsumgesellschaft, in den 1950er- und 1960er-Jahren entstanden, bezeichnet sowohl ein ökonomisches Modell von Massenproduktion und -konsum als auch ein soziologisches Phänomen, bei dem Identität durch Konsum geformt wird. Frauen fahren allein, Jugendliche reisen, Liebe wird zum Symbol des Friedens. Popkultur ist die universelle Sprache, Reichtum wird zur Schau gestellt, Berühmtheit zum Ziel, und Luxusmarken werden zu globalen Marken. In den Salons von Genf, Rom oder Paris kristallisiert sich die Idee einer eleganten, kosmopolitischen und lebensfrohen Gesellschaft. Es sind die Vorboten der Piaget Society, Erbin eines Jahrzehnts voller Feste und Vertrauen in den Fortschritt.

1970 markiert das Ende eines Zyklus – die Beweise: die Beatles trennen sich –, doch die 1960er-Jahre haben eine Welt der Kommunikation, individueller Freiheiten und demokratisierter Mode hervorgebracht. Sie haben der Menschheit beigebracht, sich selbst zu betrachten und zu lieben, wenn auch ein wenig oberflächlich, durch das Bild hindurch. Die 60er haben Vergnügen zur Philosophie gemacht, den Alltag zur Kunst und Leichtigkeit zu einer Form von Weisheit. Dieser Ausgabe widmen wir ihnen.

1965: images of the Vietnam War shocked a generation raised on dreams and rock, soon to be joined by sex and drugs. 1968 claimed Martin Luther King, then Robert Kennedy, and narrowly missed Warhol. The American dream trembled; its contradictions matched its hypocrisies. 1968, the year of cobblestones, slogans, and utopias. Youth rejected authority and fell for communism, blind to its despotism. Fashion, meanwhile, caught fire: miniskirts, leather, psychedelic color. Elvis understood he was meant to sing, not act: his televised Comeback Special made him king once more. The Stones embodied the dark side of youth; the Beatles, still radiant, led the “make love, not war” generation toward a hazy quest for spiritual expansion, where LSD was often mistaken for enlightenment.

Then came 1969. Six hundred million viewers watched Armstrong and Aldrin set foot on the Moon; technology had turned fantasy into fact. At Woodstock, an earthly crowd cheered Hendrix, Santana, and Cocker. By decade's end, the world had changed. Television linked continents; images unified desires. The term “consumer society”, coined in the 50s and 60s, defined both an economic model of mass production and consumption, and a sociological one: identities shaped by what we buy. Women drove their own cars, young people travelled the world, and love became a symbol of peace. Pop culture was the new lingua franca; wealth was displayed, fame was a goal, and luxury houses became global brands. In the salons of Geneva, Rome and Paris, the notion of a cosmopolitan, joyful, elegant society crystallized, the spirit that would give birth to the Piaget Society, heir to a decade of faith in progress and the art of celebration.

1970 marked the end of a cycle – the Beatles' breakup said it all – but the sixties had already birthed a new world of communication, individual freedom, and democratized fashion. They taught humanity to look at itself, and to love what it saw, even if only on the surface, through an image. The sixties made pleasure a philosophy, daily life an art form, and lightness a kind of wisdom. We dedicate them this issue.



1960
Itsi bitsi petit bikini
Dalida
Hit The Road Jack
Ray Charles

1961
Twist à Saint-Tropez
Les Chats sauvages
Can't Help Falling in Love
Elvis Presley



1963
Belles, belles, belles
Claude François
I Want to Hold Your Hand
The Beatles

1964
Les Copains d'abord
Georges Brassens
The Sound of Silence
Simon and Garfunkel

1965
California Dreamin'
The Mamas and the Papas
One Love
Bob Marley and The Wailers



1966
Et moi, et moi, et moi
Jacques Dutronc
Love Me, Please Love Me
Michel Polnareff



1967
La Musique
Nicoletta
Somethin' Stupid
Frank Sinatra & Nancy Sinatra

1969
Die schönste Musik, die es gibt
France Gall
Everyday People
Sly and the Family Stone



Songs of the 1960's

Discover COTE's full 1960s playlist!

SIXTIES

Die Geburt der Ikonen

Zahlreiche Häuser verdanken die Entstehung ihrer ikonischen Stücke dem kreativen Aufbruch der 1960er-Jahre. Ein kleiner Rückblick auf die Designs, die das Jahrzehnt prägten, bevor sie in den exklusiven Kreis der Luxus-Ikonen aufgenommen wurden.

-/ Many houses owe the emergence of their most emblematic pieces to the creative boom of the 1960s. Here is a quick look back at the designs that defined the decade before joining the exclusive circle of luxury icons.

Victoria Javet

Geometrie in weiblicher Form

Die 1960er-Jahre markieren eine Revolution in der Mode, getragen von Freiheit, Kühnheit und Modernität. Nach den stark strukturierten Silhouetten der 1950er-Jahre experimentieren Designer mit Formen, Farben und Materialien. In London führt Mary Quant den Minirock ein und popularisiert trapezförmige Kleider in leuchtenden Farben. In Paris erfindet André Courrèges die futuristische Mode mit geometrischen Linien, Vinyl, PVC und weissen Stiefeletten, während Pierre Cardin architektonische Schnitte präsentiert, inspiriert von der Eroberung des Weltraums. Yves Saint Laurent bricht mit dem Chic, indem er 1966 den Smoking für Frauen und 1965 die Mondrian-Kleider vorstellt. Emilio Pucci wird zu einem der prägenden Designer des Jahrzehnts dank seiner geometrischen und psychedelischen Muster sowie fließender, elastischer Stoffe. Seine Modelle, bekannt als Pucci Prints, werden von Jackie Kennedy und Sophia Loren getragen und symbolisieren den Glamour sowie die Bewegungsfreiheit der Sixties-Jetset.

Geometry in motion

The 1960s marked a revolution in fashion, driven by freedom, boldness, and modernity. After the structured silhouettes of the 1950s, designers began experimenting with shapes, colors, and materials. In London, Mary Quant launched the miniskirt and popularized brightly colored trapeze dresses. In Paris, André Courrèges pioneered futuristic fashion through geometric lines, vinyl, PVC, and white boots, while Pierre Cardin introduced architectural cuts inspired by the space race. Yves Saint Laurent disrupted conventional chic with the women's tuxedo in 1966 and the Mondrian dresses in 1965. Emilio Pucci became one of the defining designers of the decade thanks to his geometric and psychedelic patterns and fluid, stretch fabrics. Known as "Pucci prints," his creations were worn by Jackie Kennedy and Sophia Loren, embodying the glamour and freedom of movement of the 1960s jet set.



Cartier
LOVE bracelet, classic model, 18K yellow gold, four diamonds

LOVE, die Liebe besiegeln

1969 in New York von Aldo Cipullo geschaffen, symbolisiert das LOVE-Armband eine moderne, freie, aber engagierte Liebe. Sein ovales Design schmiegt sich an das Handgelenk und wird mit zwei Schrauben verschlossen, die einen Schraubenzieher erfordern, wodurch das Schmuckstück zu einer poetischen und provokativen Geste wird: «Man schenkt es nur denen, die man nah bei sich behalten will.» Minimalistisch und unisex, eroberte es schnell die Herzen von Paaren und wurde zur Ikone, getragen von Elizabeth Taylor, Richard Burton und Steve McQueen. 2025 bricht die Ikone die Regeln, indem sie sich einem lockeren Tragekomfort öffnet.

Alhambra, das Symbol des Glücks

Glück, ein wertvolles Gut für das Haus, inspirierte 1968 die ikonischste Kreation der Marke: die ersten Alhambra-Colliers in Form eines vierblättrigen Kleeblatts. Als echter Glücksbringer bestehen sie aus 20 Motiven aus gekrepptem Gelbgold, zart von Goldperlen eingefasst, und erlangten sofort grossen Erfolg. Unverwechselbar, hat Alhambra seither Generationen überdauert und gleichzeitig neue Grössen und Materialien erkundet. 2025 präsentierte das Haus neue Colliers und wandelbare Ringe.



Sealing LOVE

Created in 1969 in New York by Aldo Cipullo, the LOVE bracelet symbolized a modern love that was free yet committed. Its oval design hugs the wrist and locks with two screws, requiring a screwdriver, transforming the piece into a poetic and provocative gesture: it is given only to those one wishes to keep close. Minimalist and unisex, it quickly charmed couples and became cult, worn by Elizabeth Taylor, Richard Burton, and Steve McQueen. In 2025, the iconic bracelet challenged convention once again with a flexible design.

Alhambra, the symbol of luck

A cherished value for the Maison, luck inspired its most iconic creation in 1968, the first Alhambra necklace in the shape of a four-leaf clover. A true talisman, it featured twenty motifs in crumpled yellow gold delicately bordered with gold beads and was an immediate success. Recognizable at a glance, Alhambra has since transcended generations while exploring new sizes and materials. In 2025, the Maison unveiled new transformable necklaces and rings.



Van Cleef & Arpels
Vintage Alhambra bracelet, 5 motifs,
18K yellow gold

Monete, Hommage an das römische Erbe

In den 1960er-Jahren setzte sich Bvlgari durch eine kühne Innovation ab: die Integration antiker Münzen in zeitgenössischen Schmuck, was zur berühmten Monete-Kollektion führte. Der numismatisch begeisterte Nicola Bvlgari förderte diesen innovativen Ansatz, inspiriert von einer alten Tradition, bei der Münzen bereits römische Schmuckstücke schmückten. Bereits 1966 zeigten die ersten Kreationen griechische und römische Münzen, bevor die Kollektion im Laufe der Jahrzehnte um Münzen aus verschiedenen Epochen und Kulturen erweitert wurde.

Der New Yorker Geist

1965 von Jean Schlumberger geschaffen, gehört «Bird on a Rock» zu den emblematischsten Stücken der modernen Schmuckkunst. Inspiriert von der Natur und tropischer Üppigkeit, entwarf Schlumberger einen stilisierten Vogel, der auf einem farbigen Edelstein thront. Der Vogelkörper ist mit feinen Details wie Rubinaugen oder einer Saphirkamm verziert. kürzlich präsentierte das Haus neue, farbenfrohe Stücke, die das ikonische Design Schlumbergers aufgreifen.

Seit über fünfzig Jahren ist die Return to Tiffany®-Kollektion ein sofort erkennbares Symbol von Tiffany & Co. Entstanden 1966, lehnt sie sich an die ersten gravierten Schlüsselanhänger «Please Return to Tiffany & Co. New York» an, jeder mit einer Registrierungsnummer, die es ermöglicht, den Besitzer in der Fifth Avenue Boutique ausfindig zu machen. Ebenfalls in den Sixties wurde das «Tiffany & Co.»-Mythos geboren, mit der Veröffentlichung des Films Breakfast at Tiffany's 1961 mit Audrey Hepburn.



*Bvlgari Heritage Collection
Monete necklace in gold and platinum
with Byzantine gold coins and diamonds, ca. 1966*



*Bird on a Rock by Tiffany&Co.
Brooch in platinum and gold
with turquoise and diamonds, 2025*

Monete, a tribute to Roman heritage

In the 1960s, Bvlgari distinguished itself through a bold innovation: incorporating ancient coins into contemporary jewelry, giving rise to the famous Monete collection. A passionate numismatist, Nicola Bvlgari championed this approach, inspired by an ancient tradition in which coins already adorned Roman ornaments. From 1966, the first creations featured Greek and Roman coins, and over the decades, the collection expanded to include coins from various eras and cultures.

The New York spirit

Created in 1965 by Jean Schlumberger, "Bird on a Rock" became one of the most emblematic pieces of modern jewelry. Inspired by nature and tropical exuberance, Schlumberger imagined a stylized bird perched on a colored gemstone. The bird's body is adorned with delicate details such as ruby eyes or a sapphire crest. Recently, the Maison has presented new color-ful pieces that echo Schlumberger's iconic design.

For over fifty years, the Return to Tiffany® collection has remained an instantly recognizable symbol of Tiffany & Co. Launched in 1966, it drew inspiration from the original engraved key-chains marked "Please Return to Tiffany & Co. New York," each with a registration number enabling its return to the Fifth Avenue store. It was also in the sixties that the public witnessed the birth of the Tiffany & Co. myth, with the 1961 release of the film "Breakfast at Tiffany's" starring Audrey Hepburn.



*Gilbert Albert
Agate, pearl, diamond,
and 18k gold brooch/pendant, ca. 1960*

Gilbert Albert, Made in Geneva

In den 1960er-Jahren etablierte sich der Genfer Schmuckkünstler Gilbert Albert als innovativer Schöpfer von Kunstschmuck, unter anderem für Patek Philippe und Omega. 1962 eröffnete er sein eigenes Atelier in Genf und revolutionierte die Schmuckwelt mit skulpturalen Stücken, die von der Natur inspiriert waren und ungewöhnliche Materialien wie Fossilien, Meteoriten oder Rohsteine nutzten. Als Beweis für sein kreatives Talent gewann Gilbert Albert mehrfach den De Beers Diamonds International Award.

Farbe im Zentrum des Zifferblatts

Eine weitere prägende Devise in der Geschichte von Piaget formulierte Valentin Piaget, als er die Designer des Hauses aufforderte, Neues zu wagen und «zu tun, was noch nie zuvor getan wurde». 1963 wurde diese Vision Wirklichkeit mit den ersten Uhren, deren Zifferblätter mit Edelsteinen besetzt waren – eine spektakuläre Innovation für die damalige Zeit. 1969 symbolisierte die Collection du XXle siècle, leuchtend in Farbe und Modernität, diesen avantgardistischen Geist.

Der Meister der Schmuckuhr

1963 wurde das Haus Chopard, auf der Suche nach einem Erben, vom deutschen Uhrmacher und Schmuckdesigner Karl Scheufele III übernommen, was eine neue Ära internationaler Expansion einleitete und die Identität als unabhängiges Familienunternehmen festigte. Schmuckuhren, veredelt mit Baguette- und Brillantdamen, wurden zu einem Eckpfeiler der Kollektionen. Ende der 1960er-Jahre erlangte das Haus weltweite Anerkennung und gewann unter anderem die Rose d'Or von Baden-Baden sowie den Diamond International Award. Die ersten Werbekampagnen mit dem Slogan «Meister der Schmuckuhr» festigten den Ruf von Chopard als führende Marke in Uhren- und Schmuckkunst.

Gilbert Albert, made in Geneva

In the 1960s, Geneva jeweler Gilbert Albert established himself as an innovative creator of artistic jewelry, notably through creations crafted for Patek Philippe and Omega. He opened his independent workshop in 1962 and revolutionized jewelry with sculptural pieces inspired by nature, using unusual materials such as fossils, meteorites, or raw stones. His daring creations earned him international recognition and several prestigious awards, including the De Beers Diamonds International Award.

Coloured dials

Another defining motto in Piaget's history was formulated by Valentin Piaget, who encouraged the Maison's designers to take risks and "do what has never been done before." This vision materialized in 1963 with the creation of the first watches featuring hardstone dials, a spectacular innovation for the time. In 1969, the "Collection of the 21st Century," radiant with color and modernity, embodied this avant-garde spirit.

The "Master of Jewellery Watches"

In 1963, Chopard, then searching for an heir, was taken over by German watchmaker and jeweler Karl Scheufele III, ushering in a new era of international expansion and affirming the family-owned Maison's identity. Jewelry watches, adorned with baguette and brilliant-cut diamonds, became a cornerstone of the collections. By the late 1960s, the Maison had established itself globally, winning awards including the Golden Rose of Baden-Baden and the Diamond International Award. The first advertising campaigns, featuring the slogan "Master of Jewellery Watches," cemented its reputation as a leading signature in both watchmaking and jewelry.

*Piaget ornamental stone ad
Harper's Bazaar, 1969*



*Chopard ads
1967 & 1969*



Andy Warhol, Screen Tests with Edie Sedgwick, 1965
© The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts



A SIXTIES GALLERY

Der Geist der 1960er-Jahre spiegelt sich in den Gesichtern derer wider, die dieses Jahrzehnt geprägt haben. Stil-Ikonen und Idole, sie inspirierten Künstler und Fotografen und beflügelten noch heute unsere kollektives Gedächtnis.

The spirit of the 1960s lives on in the faces of those who defined the decade. Icons of style and attitude, they inspired artists and photographers alike and continue to shape our collective imagination today.

Victoria Javet

-/ In den 1960er Jahren prägten Fotografen wie Cecil Beaton, Richard Avedon, Bert Stern und David Bailey die Geschichte des Prominentenporträts. Oft minimalistisch und glamourös, fangen ihre Werke Persönlichkeit, Charisma und Aura der Stars ein und prägten das ikonische Bild der Popkultur und Mode jener Zeit. Der für Mode und Königshäuser emblematische Fotograf Cecil Beaton verewigte Audrey Hepburn in einer seiner bekanntesten Serien, mit einem Givenchy-Hut. Veröffentlicht in der Vogue im August 1964, zeigen diese Fotos die Harmonie zwischen Givenchys minimalistischem Stil und Hepburns zeitloser Aura, wodurch beide ihren Status als Modeikonen festigten.

Im Januar 1959 fotografierte Richard Avedon Brigitte Bardot in Paris. Dieses Bild, aufgenommen auf Silbergelatinepapier, misst 58,8 x 55,8 cm und wird im Museum of Modern Art (MoMA) in New York aufbewahrt. Die Aufnahme gehört zur Porträtserie Avedons, die 1959 in seinem Buch Observations, einem gemeinsamen Werk mit Truman Capote, veröffentlicht wurde.

During the sixties, photographers such as Cecil Beaton, Richard Avedon, Bert Stern, and David Bailey redefined the art of celebrity portraiture. Often minimalist yet undeniably glamorous, their images captured the charisma, allure, and individuality of their subjects, helping to forge the visual identity of pop culture and fashion in that transformative era. A master of elegance and refinement, Cecil Beaton immortalized Audrey Hepburn in one of his most celebrated series, featuring the actress wearing a Givenchy hat. Published in Vogue in August 1964, the photographs perfectly express the harmony between Givenchy's minimalist aesthetic and Hepburn's timeless grace, cementing their status as fashion icons.

In January 1959, Richard Avedon photographed Brigitte Bardot in Paris. The gelatin silver print, measuring 58.8 x 55.8 cm and now housed at the Museum of Modern Art in New York, is part of Observations (1959), Avedon's collaborative book with Truman Capote.



Richard Avedon
Brigitte Bardot, Hair by Alexandre, 1959
© The Richard Avedon Foundation



Bert Stern, Twiggy, 1967
© Michael Ochs Archives / Getty Images



Richard Avedon, Elizabeth Taylor, cock feathers by Anello of Emme, 1964
© The Richard Avedon Foundation

David Bailey, Mick Jagger, 1964
© The National Portrait Gallery

Bert Stern war seinerseits Pionier einer neuen fotografischen Ästhetik, die einfache und emotional unmittelbar wirkende Bilder bevorzugte. Diese wollten nicht nur den menschlichen Körper zur Geltung bringen, sondern auch die Psychologie des Motivs einfangen. Stern verewigte unter anderem Marilyn Monroe in The Last Sitting, der letzten Porträtserie der Schauspielerin, sechs Wochen vor ihrem Tod.

1964 fotografierte David Bailey Mick Jagger in London mit einem Pelzmantel und fing damit den rebellischen und glamourösen Geist des Swinging London ein. Dieses Bild aus der Serie Box of Pin-ups wurde zu einem ikonischen Symbol der Popkultur.

Bert Stern, a pioneer of emotionally direct photography, sought to capture not only the physical beauty but also the psychology of his subjects. His most famous work, "The Last Sitting" (1962), portrays Marilyn Monroe in her final photo session, taken six weeks before her death. The images, at once intimate and haunting, have since become symbols of fragility behind the façade of fame.

In 1964, David Bailey photographed Mick Jagger wrapped in a fur coat on the streets of London, perfectly embodying the rebellious glamour of Swinging London. Published in his legendary Box of Pin-ups series, the portrait became an emblem of pop culture.

Auch in den 1960er Jahren verwandelt Andy Warhol Berühmtheiten in künstlerische Sujets und hinterfragt sowohl den Glamour als auch die Zerbrechlichkeit von Ikonen. Mit «Marilyn Diptych» (1962) vervielfacht er 50 Siebdruckporträts von Marilyn Monroe in leuchtenden Farben und Schwarz-Weiss, die Ruhm, Tod und moderne Vergötterung symbolisieren. Zwei Jahre später illustriert «Nine Jackies» (1964) den medialen Einfluss von Jacqueline Kennedy nach der Ermordung von John F. Kennedy, indem neun Zeitungs- und Magazinporträts reproduziert werden, deren Farbvariationen und Überlagerungen die Konstruktion öffentlicher Ikonen betonen.

The sixties were also the moment when Andy Warhol transformed celebrity itself into a subject of art, exploring both the allure and the vulnerability of fame. With "Marilyn Diptych" (1962), he multiplied fifty silkscreen portraits of Monroe in vibrant color and black and white, a meditation on stardom, mortality, and modern idol worship. Two years later, "Nine Jackies" (1964) reflected on the media's fascination with Jacqueline Kennedy in the wake of tragedy, repeating and layering her image as a commentary on public mythmaking. Between 1964 and 1966, Warhol's "Screen Tests" extended this exploration with silent film portraits of celebrities and friends such as Edie Sedgwick, whose haunting stillness captured the fleeting yet magnetic nature of stardom. Together, these works define the aesthetic of the sixties, an era that turned fame into art and faces into timeless icons.



Cecil Beaton, Audrey Hepburn wearing a Givenchy hat, 1964
© Condé Nast / Getty Images



1960s

Die Revolution der Uhrmacher

Diese zehn Jahre fruchtbarer Kreativität prägen die Uhrmacherkunst für immer. Eine paradoxe Dekade, geprägt von markanten Designs, legendären Chronographen und einer revolutionären Technologie aus dem Osten, die beinahe das Ende der Schweizer Uhrmacherei eingeläutet hätte.

-/Ten fertile years of creativity forever changed the face of watchmaking. It was a paradoxical decade, defined both by bold design and legendary chronographs, but also by a revolutionary technology from the East that nearly sounded the death knell for Swiss horology.

Philippe Perret du Cray



Patek Philippe
Golden Ellipse, 1968



Cartier
London "Crash", 1967
Foto © Vincent Wulvercyck
Collection Cartier © Cartier



Piaget Automatic ultraplatta, 1960

Beginnen die Sechziger unter dem Zeichen der Elektronik mit der Bulova Accutron, der ersten Stimmgabeluhr und Vorbote einer weiteren Revolution, sind es doch vor allem Design und Leistung, die das Jahrzehnt prägen.

Im Bereich Design etabliert Piaget bereits 1960 mit dem Kaliber 12P, damals das weltweit flachste automatische Uhrwerk, die Ultra-Flach-Uhr als Inbegriff von Chic. Eine klassische, gedämpfte Eleganz, die den Männern der Welt vorbehalten scheint. Gleichzeitig wagt der Stil auch einige Kühnheiten: Die Crash von Cartier bricht ab 1967 die Codes, während die Golden Ellipse von Patek Philippe 1968 vorgestellt wird. Eine elliptische Silhouette, perfekt ausbalanciert, die die ästhetische Uhrmacherkunst der folgenden Jahre nachhaltig prägen wird. Drei Modelle, die bis heute Ikonen des Stils bleiben.

-/ The 1960s opened with an electronic tremor: Bulova's Accutron, the world's first tuning-fork watch, a prelude to a seismic shift still to come. But it was design and performance that truly defined the era.

In 1960, Piaget established the ultra-thin as the ultimate expression of chic with its 12P caliber, then the slimmest automatic movement in the world. An understated elegance for Society gentlemen. Yet audacity also found its place: Cartier's surreal Crash warped conventions in 1967, while Patek Philippe's Golden Ellipse, launched in 1968, offered an elliptic silhouette so perfectly proportioned it became a lasting aesthetic benchmark. All three remain timeless icons of style today.



Heuer Monaco, 1969



Omega Speedmaster, 1965

Doch die Sechziger sind ebenso das Jahrzehnt legendärer Chronographen. Rolex bringt 1963 die Cosmograph Daytona auf den Markt, deren «exotic dials» wenig später zu den berühmten «Paul Newman»-Modellen werden, die Sammler noch heute begeistern. 1965 erscheint die Breitling Navitimer Reverse Panda am Handgelenk von Piloten, während Omegadie Speedmaster präsentiert, die von der NASA für die Apollo-11-Astronauten auf dem Mond ausgewählt wird. Ebenfalls in diesem Jahr startet die Memovox Polaris von Jaeger-LeCoultre, eine ikonische Taucheruhr mit Manufakturwerk und Weckfunktion. Schliesslich bleibt 1969 in der Uhrengeschichte als das Jahr der ersten automatischen Chronometer in Erinnerung: die Zenith El Primero, ein integrierter Hochfrequenz-Chronograph mit 36.000 Halb-Schwingungen pro Stunde und Zehntelsekundengenauigkeit, die futuristische Heuer Monaco mit ihrem Kaliber 11, die 1971 am Handgelenk von Steve McQueen Kult-status erreicht, sowie die Seiko 6139 Speedtimer, weniger bekannt, aber ebenfalls im Weltraum getragen vom Amerikaner William Pogue.

The Sixties can also be seen as the gave birth to some legendary chronograph. Rolex unveiled the Cosmograph Daytona in 1963, whose so-called "exotic dials" would later become the so coveted "Paul Newman" models. In 1965, Breitling's Navitimer "Reverse Panda" landed on pilots' wrists, as Omega introduced its famous Speedmaster watch, chosen by NASA for Apollo 11's lunar adventure. That same year, Jaeger-LeCoultre launched the Memovox Polaris, a diving icon with an in-house alarm movement. Then came 1969, a landmark year with the first automatic chronographs: Zenith's El Primero, a high-frequency integrated chronograph beating at 36,000 vph (a precision to a tenth of a second); Heuer's square-cased Monaco with its Caliber 11, made legendary on Steve McQueen's wrist in 1971; and the Seiko 6139 Speedtimer, less known but no less historic, having traveled into space on astronaut William Pogue's wrist.

Zenith El Primero, 1969



COTE



Rolex Cosmograph Daytona, 1963



Seiko Quartz Astron 35SQ, 1969

Es sollte jedoch bis Weihnachten 1969 dauern, bis die wahre Uhrrevolution begann: die Seiko Quartz Astron 35SQ, die erste Armbanduhr mit Quarzwerk. Mit ihr kam eine innovative Technologie, hundertmal präziser als ein herkömmliches mechanisches Werk, die den Beginn der Quarzrevolution und -krise markierte, welche die Uhrenindustrie der 1970er-Jahre neu gestaltete und noch heute als Trauma für die Schweizer Uhrmacher wahrgenommen wird.

Die Sechziger waren ein Jahrzehnt voller Innovation und Design, das die Uhrmacherei tiefgreifend prägte und zahlreiche Modelle hervorbrachte, die bis heute zu den meistgesuchten Sammlerstücken gehören. Ein kontrastreiches Jahrzehnt, das einerseits einige der grössten Uhrenikonen hervorgebracht hat, andererseits aber auch die grösste Krise der Branche ausgelöst hat.

The true earthquake, however, struck on Christmas Day 1969: With the presentation of the Seiko Quartz Astron 35SQ, the world's first quartz wristwatch. A hundred times more precise than a standard mechanical movement, it sparked the quartz revolution (and crisis) that reshaped the watch industry throughout the 1970s. For Swiss watchmakers, it remains a traumatic turning point.

The Sixties were thus a decade of contrasts that had a lasting impact on our industry: birthing some of the greatest icons in watchmaking while also sowing the seeds of its greatest crisis. Many of the models born in this fertile era remain among the most collected timepieces in the world.

El Primero, ein legendäres Uhrwerk

Die El Primero von Zenith verdankt ihren Ruhm einer bewegten Geschichte. Vorgestellt am 10. Januar 1969, handelt es sich um das erste automatische Chronographenwerk mit hoher Frequenz. Sein Name, abgeleitet vom Esperanto, betont seine Rolle als Vorreiter und Führer. Das Kaliber 3019 PHC, das es antreibt, ist ein integrierter Chronograph mit Säulenrad, der mit 5 Hz (36.000 Halbschwingungen pro Stunde) schlägt und damit eine Präzision auf die Zehntelsekunde ermöglicht. Die Gangreserve beträgt über 50 Stunden. Das Zifferblatt verfügt über eine kleine Sekunde, einen 30-Minuten-Zähler, einen 12-Stunden-Zähler und ein Schnelldatum. Es ist bekannt für seine Zuverlässigkeit, Präzision und Robustheit.

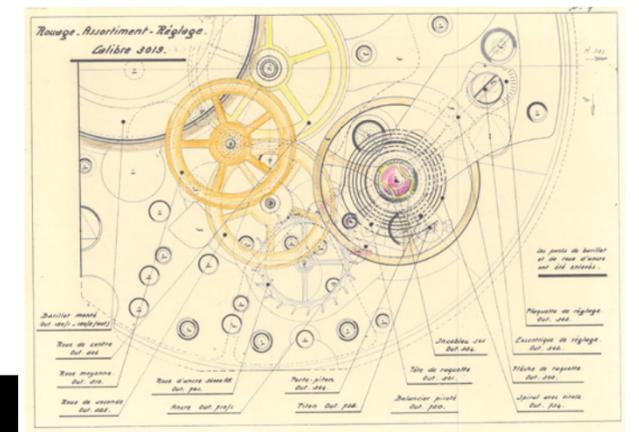
Seine Geschichte hätte 1975 enden können, als Zenith die mechanische Produktion angesichts der Quarz-Welle einstellte. Doch Charles Vermot, ein Mitarbeiter der Manufaktur, bewahrte heimlich alle Dokumente und Werkzeuge für die Fertigung des Kalibers auf und sicherte so dessen Überleben – eine wahre Legende. 1984 wurde das Werk wiederbelebt und stattete Modelle von Ebel, Panerai, Boucheron, Daniel Roth sowie bestimmte Rolex Daytona-Chronographen aus, bevor die LVMH-Gruppe entschied, es exklusiv für ihre Marken zu reservieren.

Heute, in rund zwanzig Referenzen mit verschiedenen Komplikationen verfügbar, treibt El Primero weiterhin die schönsten Uhren von Zenith an, ein zeitloses Symbol für Leistung und Präzision.

El Primero, a legendary movement

Zenith's El Primero owes its legendary status as much to its history as to its engineering. Presented on January 10, 1969, it was the world's first high-frequency automatic chronograph caliber. Its name, taken from Esperanto, declared its pioneering ambition. The Caliber 3019 PHC was a fully integrated chronograph with a column wheel, beating at 5 Hz (36,000 vibrations per hour), accurate to a tenth of a second, and offering more than 50 hours power reserve. Its dial displayed a small second, a 30-minute counter, a 12-hour counter, and an instant-jump date. It quickly earned a reputation for robustness, reliability, and precision.

The story nearly ended in 1975 when Zenith halted mechanical production in favor of quartz. But thanks to the foresight of employee Charles Vermot (who secretly preserved all the technical plans and tools) the caliber survived and a legend was born. Relunched in 1984, it powered watches from Ebel, Panerai, Boucheron, and Daniel Roth, and even Rolex's Daytona chronographs, until LVMH reserved it exclusively for its own brands. Today, the El Primero continues to evolve, offered in dozens of versions with additional complications, yet always beating at the heart of Zenith's finest creations.



Automatisches Chronographenwerk 3019 PHC
Zenith El Primero, 1969





Opening of famous hotel Byblos in 1967



Brigitte Bardot on the harbour of Saint-Tropez



The Marina Piccola beach in Capri, 1960

Auf Ibiza schreibt sich die Geschichte anders: Die Insel wird zu seiner heiligen Stätte der Bohème. Bereits Anfang der 1960er-Jahre lassen sich Maler, Schriftsteller und Hippies hier nieder, angezogen von ihrer Authentizität. Europäische Aristokraten und reisefreudige Abenteurer mischen sich in einer hedonistischen Atmosphäre. Die ersten Diskotheken öffnen ihre Türen und läuten die legendären Party Nächte ein, die die Insel für die kommenden Jahrzehnte prägen werden.

Ibiza's story was different: the island became a bohemian sanctuary. From the early 1960s, painters, writers and hippies were drawn to its authenticity. European aristocrats mingled with free-spirited travellers in an atmosphere of heady hedonism. The island's first nightclubs opened their doors, heralding the party legend that would define Ibiza for decades.



© Josep Soler. Hippie market in Ibiza

UNTER DER SONNE der Sechzigerjahre

In den 1960er-Jahren werden einst unauffällige Reiseziele zu Symbolen von Glamour und Freiheit, geprägt vom Jetset, den Designern und der Unbeschwertheit eines legendären Jahrzehnts.

-/ In the 1960s, once-sleepy destinations suddenly became emblems of glamour and freedom, shaped by the jet set, visionary designers and the carefree spirit of a legendary decade.

Agathe Forichon

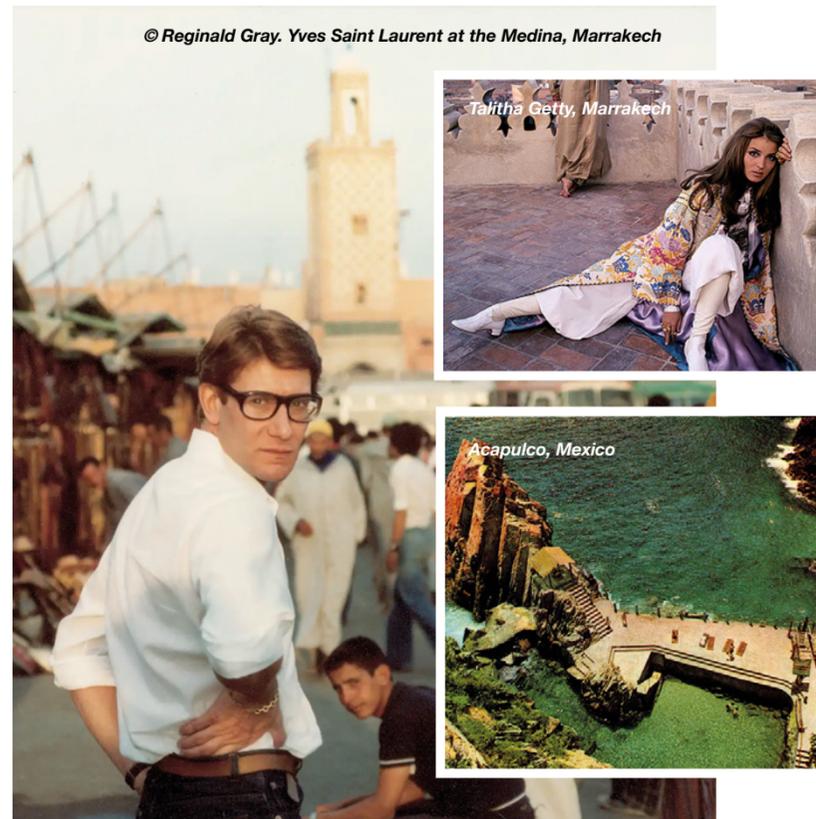
In den 1960er-Jahren reist die Welt anders. Die Demokratisierung des Flugverkehrs, der Aufstieg des Kinos und die zunehmende Bedeutung des Jetsets verwandeln bestimmte Städte und Inseln in wahre Mythen. Saint-Tropez, Capri, Ibiza, Marrakesch und Acapulco werden so zu Symbolen von Freiheit, Luxus und Exzentrik und prägen die Vorstellungskraft eines farbenfrohen Jahrzehnts.

Saint-Tropez, bis dahin ein ruhiger Fischerhafen, steigt 1956 mit Roger Vadims «... und Gott schuf die Frau» in die Legendenwelt auf. Brigitte Bardot schlägt dort ihre Zelte auf und zieht das gesamte Pariser Gesellschaftsleben an. Die Fischerhütten verwandeln sich in weiße Villen, und das 1967 eröffnete Byblos wird zum Tempel der Feste. Romy Schneider und Alain Delon sitzen im Sénéquier, Jane Birkin und Serge Gainsbourg entspannen auf dem Deck einer Yacht, während Eddie Barclay seine legendären weissen Partys veranstaltet.

-/ Travel itself was changing during the sixties. With the rise of commercial flights, the golden age of cinema, and the dazzling ascent of the jet set, certain towns and islands were transformed into myths. Saint-Tropez, Capri, Ibiza, Marrakech and Acapulco became shorthand for freedom, luxury and eccentricity, defining the imagination of an exuberant era.

Once a quiet fishing port, Saint-Tropez entered legend in 1956 with Roger Vadim's "And God Created Woman." Brigitte Bardot unpacked her suitcases there, and soon the Parisian elite followed. Fishermen's huts turned into dazzling white villas, and the Byblos, opened in 1967, became the temple of hedonism. Romy Schneider and Alain Delon lingered at Sénéquier, Jane Birkin and Serge Gainsbourg stretched out on yacht decks, while Eddie Barclay's now-mythical "white parties" set the Riviera alight.

© Reginald Gray. Yves Saint Laurent at the Medina, Marrakech



Talitha Getty, Marrakech

Acapulco, Mexico

Marrakesch zieht eine andere Form von Jetset an. Paul Bowles hatte der Stadt bereits eine literarische Aura verliehen, doch in den 1960er-Jahren wird die Medina zum Rückzugsort für Künstler und Modedesigner. Talitha Getty verewigt die Stadt in einem legendären Foto auf einer Terrasse der Medina. Yves Saint Laurent und Pierre Bergé erwerben den Jardin Majorelle und verwandeln Marrakesch in die Hauptstadt des orientalischen Raffinements.

Auf der anderen Seite des Atlantiks explodiert Acapulco als Symbol des exotischen Glammers. Elizabeth Taylor feiert dort ihre Hochzeit, Frank Sinatra und John F. Kennedy kommen, um sich zu entspannen. Modernistische Villen wachsen an den Klippen, Hotels wie das Las Brisas empfangen die Jetset-Gäste, und die spektakulären Sprünge von La Quebrada faszinieren die Zuschauer. Es ist das goldene Zeitalter eines träumerischen Mexikos, zwischen Hollywood-Partys und tropischer Modernität.

Marrakech attracted another kind of jet set. Writer Paul Bowles had already given the city a literary aura, but in the 1960s the Medina became a refuge for artists and couturiers. Talitha Getty immortalised Marrakech in an iconic photograph taken on a Medina rooftop. Yves Saint Laurent and Pierre Bergé acquired the Jardin Majorelle, transforming the city into a capital of Oriental refinement.

Across the Atlantic, Acapulco surged as the ultimate symbol of exotic glamour. Elizabeth Taylor celebrated her wedding there, Frank Sinatra and John F. Kennedy came to unwind, while cliffside modernist villas and hotels like Las Brisas welcomed the jet set. The spectacular dives at La Quebrada mesmerised onlookers. It was the golden age of a dreamlike Mexico, where Hollywood excess met tropical modernity.

SIXTIES SEATS

Modernistische Einflüsse, Popkultur und das Aufkommen neuer Materialien wie formgepresster Kunststoff boten den Designern der Sechziger ein grenzenloses Spielfeld. Ein Rückblick in Bildern auf die ikonischen Sitzmöbel dieses Jahrzehnts.

-/ Modernist influences, pop culture, and the arrival of new materials such as molded plastic created a limitless playground for the designers of the 1960s. Here is a look back at the decade's most iconic seats.

Victoria Javet

PANTON CHAIR VON VERNER PANTON

Entworfen vom dänischen Designer Verner Panton im Jahr 1960, ist dieser revolutionäre Sitz der erste vollständig aus Kunststoff gefertigte Freischwinger. Aus einem einzigen gegossenen Stück gefertigt, verkörpert er die Suche nach fließenden, kontinuierlichen Formen. Sein futuristischer und psychedelischer Stil spiegelt die Kühnheit dieses Jahrzehnts wider, das von Experimentierfreude und Farbe geprägt war.

-/ Designed by Danish visionary Verner Panton in 1960, this revolutionary chair was the first cantilevered seat made entirely of plastic. Molded in a single piece, it embodies the fluid, continuous forms that defined the era. Its futuristic, psychedelic silhouette perfectly captures the bold experimentation and love of color that characterized the decade.



MARSHMALLOW SOFA VON GEORGE NELSON

1956 von George Nelson entworfen, wurde dieses ikonische Sofa in den 1960er-Jahren äusserst populär. Seine Metallstruktur trägt eine Reihe farbiger runder Kissen, was ihm einen verspielten Pop-Art-Stil verleiht. Als wahres Manifest des amerikanischen Designs verkörpert das Marshmallow Sofa den fröhlichen und experimentellen Geist dieser Zeit.

-/ Created in 1956 by American designer George Nelson, this now-iconic sofa became a hit in the 1960s. Its metal frame supports a playful arrangement of brightly colored circular cushions, giving it a distinctly Pop Art aesthetic. A manifesto of mid-century American design, the Marshmallow Sofa encapsulates the joyful, experimental spirit of the time.

DJINN CHAIR VON OLIVIER MOURGUE

Die 1965 von dem französischen Designer Olivier Mourgue entworfene Djinn Chair ist ein ikonisches Stück des Space-Age-Stils. Ihre geschwungene Form aus Schaumstoff, bezogen mit Stretchstoff, wirkt wie aus einer anderen Welt. Berühmt wurde sie durch ihren Auftritt im Kultfilm «2001: Odyssee im Weltraum» von Stanley Kubrick, wo sie die utopische Designvision der 1960er-Jahre verkörpert.

-/ French designer Olivier Mourgue's 1965 Djinn Chair is a Space Age icon. With its sinuous, foam-filled form upholstered in stretch fabric, it looks as though it belongs to another world. Immortalized in Stanley Kubrick's cult film "2001: A Space Odyssey," the chair came to represent the utopian design vision of the 1960s.



BALL CHAIR VON EERO AARNIO

Der finnische Designer Eero Aarnio schuf 1963 die Ball Chair als modernen Kokon. Ihre kugelförmige Konstruktion, die auf einer Seite geöffnet ist und aus Fiberglas besteht, schafft einen intimen und akustisch abgeschirmten Raum. Dieses ebenfalls ikonische Stück des futuristischen und Space-Age-Designs spiegelt die Faszination der 1960er-Jahre für geometrische Formen und das Weltall perfekt wider.

-/ Finnish designer Eero Aarnio's 1963 Ball Chair reimagines the very concept of seating. Crafted from fiberglass and open on one side, this spherical cocoon offers both intimacy and acoustic shelter. A hallmark of futuristic Space Age design, it perfectly embodies the decade's fascination with geometric forms and outer space exploration.



EGG CHAIR VON ARNE JACOBSEN

Die dänische Egg Chair wurde von Arne Jacobsen zwischen 1958 und 1960 für das SAS Royal Hotel in Kopenhagen entworfen und gilt als Meisterwerk des skandinavischen Modernismus. Ihre mit Schaum gepolsterte Schale passt sich den Körperformen an und verbindet Eleganz mit Komfort. Zwischen organischer Ästhetik und Funktionalität vereint sie nordisches Design mit Behaglichkeit.

-/ Created by Danish architect Arne Jacobsen for Copenhagen's SAS Royal Hotel between 1958 and 1960, the Egg Chair is a masterpiece of Scandinavian modernism. Its sculptural, foam-padded shell cradles the body with graceful curves, balancing organic aesthetics with functionality. It remains a timeless emblem of Nordic design and comfort.



USM HALLER SYSTEM VON FRITZ HALLER & PAUL SCHÄRER

Das USM Haller System ist ein modulares Möbelkonzept, entworfen von Fritz Haller und Paul Schärer im Jahr 1965. Bestehend aus einer Metall-Struktur und austauschbaren Paneelen, ermöglicht es eine hohe Flexibilität in der Raumgestaltung. Sein minimalistischer, industrieller Stil machte es zu einem unverzichtbaren Möbelstück für moderne Büros und Bibliotheken und es wird noch heute für seine zeitlose Funktionalität geschätzt.

-/ Designed in 1965 by Fritz Haller and Paul Schärer, the USM Haller System introduced a modular approach to furniture. Built from metal tubing and interchangeable panels, it offered unprecedented flexibility in interior design. Its clean, industrial look made it a staple in modern offices and libraries, still cherished today for its timeless practicality.

SERIE UP 2000 VON GAETANO PESCE

Entworfen von Gaetano Pesce, ist die Serie Up 2000 ein mutiges und engagiertes Werk aus dem Jahr 1969. Ihre organische Form, inspiriert vom weiblichen Körper, spiegelt eine Reflexion über Freiheit und die Stellung der Frau wider. Mit ihrem avantgardistischen und provokativen Stil verkörpert dieses Möbelstück die politische und expressive Dimension des Designs gegen Ende des Jahrzehnts.

-/ Created in 1969 by Italian designer Gaetano Pesce, the Serie Up 2000 was a bold and provocative statement. Its voluptuous, anthropomorphic form, inspired by the female body, reflected on themes of freedom and femininity. Avant-garde and political, it marked the moment when design became not just functional, but deeply expressive and socially engaged.



LIGHT ME UP

In den 1960er-Jahren entworfen, faszinieren diese Lampen noch immer Designliebhaber. Hier ist ein Überblick über die ikonischen Modelle dieses Jahrzehnts.

-/ Born in the 1960s, these lamps remain icons of design and continue to captivate collectors and enthusiasts today. Here is a look at some of the most iconic models from the decade.

Victoria Javet



ARCO

Die Arco-Lampe, entworfen 1962 von Achille und Pier Giacomo Castiglioni für Flos, ist ein Meisterwerk des italienischen Modernismus. Sie vereint einen Carrara-Marmorsockel, einen großen Bogen aus Edelstahl und einen halbkugelförmigen Lampenschirm, der eine Beleuchtung ohne Bodenstütze ermöglicht. Sie symbolisiert die perfekte Verbindung von skulpturaler Eleganz und funktionaler Rationalität.

-/ The Arco lamp, created in 1962 by Achille and Pier Giacomo Castiglioni for Flos, is a landmark of Italian modernism. With a Carrara marble base, a sweeping stainless steel arc, and a hemispherical shade, it illuminates a space without the need for overhead fixtures. It is the perfect marriage of sculptural elegance and functional precision.



ECLISSE

Entworfen 1965 von Vico Magistretti für Artemide, ist die Eclisse-Lampe eine Meisterklasse im Spiel von Licht und Schatten. Ihr drehbarer Innenschirm erlaubt es, die Helligkeit wie bei einer Mini-Sonnenfinsternis zu regulieren – eine Inspiration für ihren Namen. Gefertigt aus lackiertem Metall, fängt sie die minimalistische Genialität des italienischen Designs der 1960er-Jahre perfekt ein und vereint Funktionalität, Poesie und reine Form.

-/ Designed by Vico Magistretti in 1965 for Artemide, the Eclisse lamp is a masterclass in light and shadow. Its rotating inner shade allows users to control the brightness like a mini solar eclipse, which inspired its name. Made of lacquered metal, it perfectly captures the minimalist ingenuity of 1960s Italian design, blending functionality, poetry, and pure form.



SNOOPY

Die Snoopy-Lampe, entworfen 1967 von Achille und Pier Giacomo Castiglioni für Flos, ist eine humorvolle Hommage an den Comic. Sie kombiniert einen weissen Marmorsockel mit einem lackierten Metalllampenschirm in Form eines Hundekopfes. Hinter dieser verspielten Silhouette verbirgt sich eine präzise technische Konstruktion, die für das verspielte, zugleich rigorose und zeitlose italienische Design steht.

-/ The Snoopy lamp, designed by Achille and Pier Giacomo Castiglioni in 1967 for Flos, adds a touch of humor to design. Its white marble base supports a lacquered metal shade shaped like the famous dog's head. Beneath its playful exterior lies precise engineering, a hallmark of Italian design that is both rigorous and timeless.

NESSO

Die Nesso-Lampe, entworfen 1967 von Giancarlo Mattioli für Artemide, ist ein Symbol des Space-Age-Stils. Ihre pilzförmige Silhouette und die leuchtenden Farben (Orange, Weiss, Rot) machen sie zu einem ikonischen Stück. Vollständig aus spritzgegossenem ABS gefertigt, verkörpert sie den technologischen Mut und die fröhliche Modernität der italienischen Popkultur.

-/ Giancarlo Mattioli's Nesso lamp for Artemide, designed in 1967, is a quintessential Space Age piece. Its mushroom-shaped form and vibrant colors, including orange, white, and red, make it instantly recognizable. Fully molded in ABS plastic, it embodies the playful modernity and technological boldness of Italian pop culture.



PIPISTRELLO

Die Pipistrello-Lampe (italienisch für «Fledermaus»), entworfen 1965 von Gae Aulenti für Martinelli Luce, besticht durch ihren wellenförmigen Lampenschirm aus Methacrylat und den teleskopischen Metallfuss. Sie liegt zwischen Tischlampe und Stehlampe und verkörpert die modulare Eleganz sowie den futuristischen Geist des italienischen Designs der 1960er-Jahre.

-/ Gae Aulenti's Pipistrello lamp ("bat" in Italian), created in 1965 for Martinelli Luce, enchants with its wavy methacrylate shade and telescopic metal base. Halfway between a table lamp and a floor lamp, it captures the modular elegance and futuristic flair of 1960s Italian design.



LEGENDARY BUILDINGS

Die 1960er-Jahre markieren das Goldene Zeitalter des Modernismus, ein Jahrzehnt der Kühnheit und Utopie, in dem Beton, Licht und Geometrie zur Sprache einer neuen architektonischen Ära werden. Drei Projekte verkörpern diesen visionären Aufbruch.

-/ The 1960s marked the golden age of modernism, a decade of boldness and utopia, when concrete, light, and geometry became the languages of a new architectural era. Three projects stand out as emblematic of this visionary momentum.

Agathe Forichon



Robert C. Cook – Eric Riddler Collection

SYDNEY OPERA HOUSE – JØRN UTZON (1957–1973)

Meisterwerk aus Kurven und Spannung, das Sydney Opera House erhebt seine weissen Segel wie eine Hommage an Meer und australischen Himmel. Inspiriert von Natur und Musik verschmilzt Jørn Utzon Struktur und Emotion und schafft so eine Ikone, in der Technik zur Kunst wird.

-/ A masterpiece of curves and tension, the Sydney Opera House raises its white sails in homage to the sea and sky of Australia. Inspired by nature and music, Jørn Utzon fused structure and emotion, giving life to an icon where engineering becomes art.

MARINA CITY – BERTRAND GOLDBERG (1964)

In Chicago entwirft Bertrand Goldberg zwei zylindrische Türme, die Wohnungen, Geschäfte und Parkplätze vereinen, eine wahre «Stadt in der Stadt». Diese Betonblumen, zugleich organisch und futuristisch, verkörpern einen dichten, aber lebendigen humanistischen Modernismus, in dem Vertikalität zu einem Synonym für Gemeinschaft und urbanen Optimismus wird.

-/ In Chicago, Bertrand Goldberg envisioned two cylindrical towers combining residences, shops, and parking: a true “city within a city.” These concrete blossoms, both organic and futuristic, embody a dense yet vibrant humanist modernism, where verticality becomes a symbol of community and urban optimism.



© Jean-Claude Figenwald



PALAIS DES ASSEMBLÉES – LE CORBUSIER (1962–1963)

In Chandigarh entwirft Le Corbusier einen zivilen Tempel aus rohem Beton, durchflutet von Licht und von Farbe rhythmisiert. Gedacht für ein unabhängiges Indien, verkörpert der Palast der Versammlungen die symbolische Kraft des Modernismus, eine Architektur von Ordnung, Glauben und Zukunft.

-/ In Chandigarh, Le Corbusier designed a civic temple of raw concrete, pierced by light and animated by colour. Conceived for an independent India, the Palace of Assembly expresses the symbolic power of modernism: an architecture of order, faith, and forward vision.

BUSINESS & LEADERS

DER GAST AUREL BACS – THE REAL DEAL SCHLAF, EIN GESCHÄFT, DAS ZUM TRÄUMEN EINLÄDT



John Fitzgerald Kennedy and John Fitzgerald Kennedy Jr. at the White House, 1962 © Getty Images

Der Gast AUREL BACS

Er ist bekannt für seine Wortgewandtheit, für die Leidenschaft, mit der er einen ganzen Saal in seinen Bann zieht, und für den Respekt gegenüber den Werken, deren Wert er verteidigt. Aurel Bacs hat die Welt der Auktionen bereits nachhaltig geprägt – hier ein Stück seiner Geschichte.

-/ He is known for his eloquence, his ability to captivate a room, and the reverence he shows toward the objects whose value he defends. Aurel Bacs has already left a lasting mark on the world of watch auctions. Here is a glimpse into his story.

Gespräch geführt von John Hartung

Aurel Bacs, Ihr Beruf scheint an der Schnittstelle verschiedener Welten zu liegen. Wie würden Sie ihn beschreiben?

«Wir versteigern Sammleruhren. Und eigentlich ist am Sammeln nichts Rationales: Es geht um Liebe, um Leidenschaft und um Neugier. Auch heute noch hochkomplexe mechanische Uhren zu bauen, ist nicht wirklich rational – und trotzdem tun Uhrmacher es. Wir bewegen uns unter Sammlern, die diese Stücke kaufen, wieder verkaufen, andere kaufen sie erneut ... Ich lebe umgeben von Leidenschaftlichen – oder Verrückten, je nach Perspektive. Und um unter Verrückten zu leben, muss man selbst ein bisschen verrückt sein. Ich sehe meinen Beruf als eine Art uhrmacherischer Vermittler: Ich versuche, eine Uhr mit ihrem zukünftigen Besitzer zusammenzubringen. Man muss zugleich Schiedsrichter und Diplomat sein. Wir müssen dafür sorgen, dass jede Uhr korrekt bewertet, präsentiert und verkauft wird – mit Respekt gegenüber allen Beteiligten.»

Ihre Loyalität könnte theoretisch zwischen Verkäufer und Käufer aufgeteilt sein, aber man spürt, dass Sie die Uhren über alles lieben. Gilt Ihre Loyalität letztlich dem Objekt?

«Ja, genau. Bei Phillips versuchen wir, der tatsächlichen Wertigkeit eines Objekts treu zu bleiben. Eine Uhr, die 10'000 Dollar wert ist, sollte auch für 10'000 Dollar verkauft werden. Ein Auktionshaus kann kurzfristig nicht überleben; unsere Glaubwürdigkeit beruht auf Ausgewogenheit und darauf, dass wir jeder Uhr und jedem Kunden gerecht werden. Natürlich, wenn wir einzigartige oder historische Stücke in den Händen haben, ist es eine Herausforderung, ihren fairen Wert zu bestimmen.»

Vor der Auktion steht eine ganze Phase der Analyse und Auswahl. Wie läuft das ab?

«Alles beginnt beim Sammler, beim Eigentümer eines Stücks. Er entscheidet, wann, wie und mit wem er verkaufen möchte. Dann müssen wir feststellen, ob die Uhr dem Interesse und den Anforderungen unserer Sammler entspricht. Es folgt die Studienphase: reisen, um den Besitzer zu treffen, die Uhr zu prüfen, jedes Detail mit den Archiven der Manufaktur zu vergleichen. Man muss alles überprüfen: das Jahr; die originale Konfiguration, mögliche Veränderungen. Das ist eine richtige Fleissarbeit, oft nachts – weit entfernt von dem Glamour, den man sich vorstellt.»

Aurel Bacs, your work seems to exist at the crossroads of several different worlds. How would you describe it?

“We auction collector’s watches. And there is absolutely nothing rational about collecting, it’s pure love, passion, and curiosity. Making highly complicated mechanical watches today makes no rational sense, yet watchmakers still do it. We deal with collectors who buy these pieces, then sell them, and others who buy them again... I live surrounded by passionate people, or mad people, depending on how you look at it. And to live among the mad, you have to be a little mad yourself. I see my job as that of a watch matchmaker: I try to unite a watch with its future owner. You need to be part referee, part diplomat. Our task is to make sure each watch is assessed, presented, and sold fairly, with respect for everyone involved.”

At first glance, your loyalty could be torn between seller and buyer. Yet it seems your true loyalty is to the watch itself. Is that fair to say?

“Yes, absolutely. At Phillips, we try to remain loyal to the true value of an object. A watch worth \$10,000 should sell for \$10,000. An auction house cannot survive if it only thinks in short-term gains; our credibility depends on balance, on the fairness we bring to every piece and every client. Of course, when we handle rare or historically important watches, determining their value becomes much more challenging.”

Before the sale, there is an entire phase of analysis and selection. How does that work?

“It always begins with the collector, the owner of a watch. They decide when, how, and with whom they want to sell it. Then we have to determine whether the watch suits our collectors’ interests and standards. After that comes the research phase: traveling to meet the owner, examining the watch, comparing every detail with the manufacturer’s archives. We check everything: the year, the original configuration, any modifications. It’s meticulous work, often done at night, far from the glamorous image people imagine.”



Welche Eigenschaften sind Ihrer Meinung nach entscheidend für diesen Beruf?

«Ich würde sagen, es gibt zwei Kategorien. Die erste ist das Wissen: über Uhren, über Kunden, über den Markt, über die Geschichte. Das eignet man sich durch Lesen, Erfahrung und Neugier an. Aber die zweite Kategorie ist noch wichtiger: die Werte. Integrität, Fairness, Respekt. Wir üben einen Dienstleistungsberuf aus – wenn Sie das Vertrauen Ihrer Kunden verraten, haben Sie in diesem Umfeld nichts verloren.»

Nun ist es der Tag der Auktion. Sie betreten den Saal, das Scheinwerferlicht ist auf Sie gerichtet und Sie werden gleich zum «Aurel Baes auf der Bühne». Was passiert in diesem Moment in Ihnen?

«Alles andere verschwindet. Es ist, als würde ein Teil meines Gehirns in den Automatikmodus schalten. Man handelt nur noch reflexartig. Sie haben hunderte von Sammlern vor sich, alle schauen auf Sie. Da gibt es keinen Raum für Fehler. Der Gerichtsdiener liest die Verkaufsbedingungen vor und ab dem ersten Lot läuft alles instinktiv. Wie ein Formel-1-Pilot sehe ich nur noch die Strecke.»

War das am Anfang einschüchternd?

«Fuchteinflösend. Schon öffentlich zu sprechen ist eine Herausforderung; aber hier ist nichts editierbar. Wenn Sie etwas Dummes sagen, hören es alle – und Sie werden zur Lachnummer der Branche. Am Anfang spürte ich den Druck der ganzen Community: Verkäufer, Käufer, Presse. Ich glaubte, für das Ergebnis verantwortlich zu sein, dabei bin ich nur der Moderator: Ich lasse die Parteien miteinander sprechen. Mit der Zeit, nach dreissig Jahren Auktionen, lernt man, mit diesem Druck zu leben.»

Wie haben Sie dieses Selbstvertrauen gewonnen?

«Das Leben ist der beste Lehrer. Am Anfang habe ich jedes Ergebnis als persönlichen Sieg oder persönliche Niederlage empfunden. Wenn sich eine Uhr schlechter verkaufte als erwartet, habe ich mir Vorwürfe gemacht. Dann habe ich begriffen, dass wir nicht alles kontrollieren. Märkte, Zinsen, die Stimmung in der Welt – all das beeinflusst Auktionen. Heute versuche ich mir klarzumachen, dass ich nur ein Reiskorn unter vielen bin: Ich trage etwas bei, aber ich entscheide nicht über alles.»

In your opinion, what qualities are essential for this profession?

“I would divide them into two categories. First, knowledge: of watches, clients, the market, and history. You develop that through reading, experience, and curiosity. But the second category is even more important: values. Integrity, fairness, respect. We are in a service profession; if you betray the trust of your clients, you have no business being here.”

Let's go to the day of the auction. You walk into the room, under the lights, and you're about to become the "stage version" of Aurel Baes. What happens in that moment?

“Everything else disappears. It's like part of my brain switches into automatic mode. You act purely on instinct. You have hundreds of collectors in front of you, everyone watching. There is no room for mistakes. The auction clerk reads the conditions of sale, and from the first lot onward, everything becomes instinctive. Like a Formula One driver, all you see is the road.”

Was it intimidating at the beginning?

“Terrifying. Public speaking is already a challenge - but in this context, nothing can be edited. If you say something foolish, everyone hears it, and you become the joke of the industry. At the beginning, I felt enormous pressure from sellers, buyers, the press. I truly believed I was responsible for the result, when in reality I'm only a moderator - I facilitate the dialogue between the parties. With time, after thirty years of auctions, you learn to live with the pressure.”

How did you develop that confidence?

“Life teaches it to you. At the beginning, I took every result as a personal victory or personal failure. If a watch sold for less than expected, I blamed myself. Then I realized we don't control everything. Markets, interest rates, world events: these things affect auctions. Today, I remind myself that I'm just one grain of rice in a bag. I contribute, but I don't control the entire outcome.”

You seem very connected to human emotion. Would you say you're an emotional person?

“Absolutely. And I don't think you can do this job if you're not. Collector watches have nothing to do with reason - they belong to the heart.

We work with passionate people, dreamers, people for whom a watch represents a memory, a quest, sometimes an obsession. If you don't have that emotional fibre yourself, you can't understand or transmit that energy. This job demands heart - and emotional endurance.”

With hindsight, what would you say to the younger Aurel you were twenty years ago?

“Take more risks. Act before it's too late. I was too patient, too conservative. And also, stop blaming yourself for everything. There are so many things beyond our control. You can do your best, but the rest is in the hands of forces much greater than you.”

Sie scheinen tief mit menschlichen Emotionen verbunden zu sein. Sind Sie ein emotionaler Mensch?

«Absolut. Und ich glaube, man muss es sein, um diesen Beruf auszuüben. Sammleruhren folgen nicht der Vernunft, sondern dem Herzen. Wir arbeiten mit leidenschaftlichen Menschen, mit Träumern, mit Leuten, für die eine Uhr ein Erinnerungsstück, eine Suche oder manchmal eine Obsession ist. Wenn man selbst keine emotionale Ader hat, kann man diese Energie weder verstehen noch weitergeben. Dieser Beruf verlangt Herz und emotionale Ausdauer.»

Rückblickend: Was würden Sie dem jungen Aurel sagen, der Sie vor zwanzig Jahren waren?

«Mehr wagen. Handeln, bevor es zu spät ist. Ich war zu geduldig, zu konservativ. Und ausserdem, sich nicht für alles selbst zu beschuldigen. Viele Dinge entziehen sich unserer Kontrolle. Man kann sein Bestes geben, aber der Rest hängt von Kräften ab, die viel grösser sind als wir.»

Sie arbeiten mit Ihrer Frau zusammen. Wie teilen Sie die Rollen auf?

«Wir haben nie einen formellen Plan gemacht. Jeder tut, was er liebt und am besten kann. So funktioniert Zusammenarbeit: durch Ergänzung und Leidenschaft. Wenn Menschen ihre Aufgabe lieben, sind sie viel besser darin.»

Nach dreissig Jahren Karriere: Wie haben Sie sich verändert?

«Ich habe nicht mehr die gleiche Energie wie meine jungen Kollegen, die ohne Schlaf von Genf nach New York und Hongkong fliegen können. Aber ich habe an Gelassenheit gewonnen. Heute, wenn mir ein junger Mensch ein Problem erzählt, sehe ich sofort die Lösung. Das ist der Wert von Erfahrung: sie ersetzt Geschwindigkeit durch Klarheit. Ich bin ruhiger, gelassener, klarer geworden.»

Welche Marken sind in Ihren Auktionen am häufigsten vertreten?

«Die beiden Königinnen sind nach wie vor Patek Philippe und Rolex, sowohl nach Stückzahl als auch nach Wert. Aber seit zehn Jahren haben sich unabhängige Marken ihren Platz erobert, und ich glaube, Phillips hat dabei viel beigetragen. F.P. Journe zum Beispiel gehört heute zu den Grossen, neben Audemars Piguet, Cartier, Vacheron Constantin, A. Lange & Söhne und Richard Mille. Jede dieser Marken hat ein Kapitel in der Geschichte der Auktionen geschrieben.»

Und die ikonischen Modelle?

«Bei Rolex bleibt die Daytona die absolute Legende, vor allem die Paul-Newman-Modelle aus den 1970ern. Bei Patek Philippe sind es die Komplikationen, insbesondere Ewige Kalender und Chronographen, die die Seele des Hauses ausmachen. Bei F.P. Journe sind die ersten Stücke, die François-Paul selbst hergestellt hat, schon legendär. Und natürlich vervollständigen die Royal Oak von Audemars Piguet, die Vintage-Wunder von Vacheron Constantin oder die Lange 1 von A. Lange & Söhne dieses Pantheon.»

Welche Werte verbinden Sie mit dem Schweizer Luxus?

«Der grösste Schweizer Luxus ist die Zeit. Uhrmacher haben es nie eilig: Sie nehmen sich ein Jahr, um eine Uhr fertigzustellen – und das ist gut so. Jede Schraube wird von Hand poliert, jeder Steg angliert, jede Oberfläche satiniert. Das ist wahrer Luxus: Geduld. Ein weiteres Privileg: die Freiheit. Viele Schweizer Häuser sind noch familiengeführt und unabhängig. Sie können zehn oder zwanzig Jahre planen, nicht nur das nächste Quartal. Das ist selten und wertvoll.»

You work with your wife. How do you divide responsibilities?

“We never wrote down an official plan. Each of us naturally does what we love and what we do best. That's how collaboration works, through complementarity and passion. When people love what they do, they do it far better.”

After thirty years in the business, how do you think you've changed?

“I no longer have the energy of my younger colleagues - the ones who can fly from Geneva to New York to Hong Kong without sleeping. But I've gained something else: serenity. Today, when a junior colleague comes to me with a problem, I often see the solution instantly. That's the value of experience, it replaces speed with clarity. I've become calmer, more grounded, more clear-minded.”

Which brands appear most often in your auctions?

“The two queens are still Patek Philippe and Rolex, both in terms of quantity and value. But over the past ten years, independent watchmakers have secured their place - something I believe Phillips has played a major role in. F.P. Journe, for instance, now stands among the greats, alongside Audemars Piguet, Cartier, Vacheron Constantin, A. Lange & Söhne, and Richard Mille. Each of these houses has written a chapter in auction history.”

And what about the most iconic models?

“For Rolex, the Daytona remains the ultimate legend, especially the 1970s Paul Newman models. At Patek Philippe, complications - particularly perpetual calendars and chronographs - are the very soul of the brand. For F.P. Journe, the earliest watches made by François-Paul himself have already become mythical. And of course, the Royal Oak from Audemars Piguet, the vintage marvels from Vacheron Constantin, and the Lange 1 from A. Lange & Söhne all belong to that same pantheon.”

What do you consider to be the core values of Swiss luxury?

“The greatest Swiss luxury is time. Watchmakers are never in a hurry, they'll spend a year finishing a single watch, and that's exactly as it should be. Every screw is hand-polished, every bridge bevelled by hand, every surface satin-finished. That is what true luxury means: patience. Another privilege is freedom. Many Swiss houses are still family-owned, which means independent. They can think in terms of ten or twenty years, not the next quarterly report. That kind of long-term vision is rare and invaluable.”



Schlaf, ein Geschäft, *das zum Träumen einlädt*

Lange Zeit nur als biologische Notwendigkeit betrachtet, hat sich der Schlaf zu einem eigenständigen Markt entwickelt. Welche wirtschaftlichen Hauptbereiche nutzen dieses Phänomen?

-/ Once seen as nothing more than a biological necessity, sleep has evolved into a market of its own. What are the main economic forces shaping this phenomenon?

Sherif Mamdouh

Die Zahlen sind erschreckend: Laut dem Thinktank RAND kostet Schlafmangel die US-Wirtschaft jedes Jahr bis zu 2,3 % des BIP, also mehr als 400 Milliarden Dollar an Produktivitätsverlusten. Ein enormes Potenzial für Unternehmen, die längere, tiefere und erholsamere Nächte versprechen.

In den letzten zwei Jahrzehnten haben sich unsere Schlafgewohnheiten jedoch verschlechtert. Ein Drittel der Erwachsenen schläft weniger als die empfohlenen sieben Stunden, und fast acht von zehn Jugendlichen kommen unter der Woche zu kurz. Ursachen sind schlecht auf unsere innere Uhr abgestimmte Arbeits- oder Schultage, nächtliche Bildschirmnutzung, die das Einschlafen verzögert sowie die zunehmende Verbreitung von Schlafstörungen wie Schlafapnoe. Angesichts dieser Situation hat sich das Angebot um zwei zentrale Bereiche herum strukturiert: Technologie und hochwertige Handwerkskunst.

The numbers are dizzying: according to the RAND think tank, sleep deprivation drains up to 2.3% of U.S. GDP each year: more than \$400 billion in lost productivity. A vast reservoir of opportunity for companies promising longer, deeper, more restorative nights.

Yet over the past two decades, our sleeping habits have steadily worsened. One in three adults gets less than the recommended seven hours, while nearly eight in ten teenagers are sleep-deprived on school nights. The reasons are clear: work and school schedules that clash with our internal clocks, late-night screen use that delays sleep onset, and a growing prevalence of disorders such as sleep apnea. In response, the industry has split into two main pillars: cutting-edge technology and high-end craftsmanship.

Die Tech-Welle

Vernetzte Schlaflose können nun jeden Herzschlag und jedes Mini-Aufwachen mit einer Smartwatch, einem Sensor-Ring oder sogar vernetzten Kissen überwachen. Der Markt für Schlaf-Tracking-Geräte, 2023 auf fast 27 Milliarden Dollar geschätzt, könnte bis 2030 über 58 Milliarden Dollar erreichen, bei einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von rund 12 %. Das Angebot geht weit über das einfache „Quantified Self“ hinaus: kognitive Verhaltenstherapie-Apps, Algorithmen, die optimale Schlafenszeiten empfehlen, Lampen, die das Licht modulieren, um die innere Uhr zu synchronisieren ... Sogar YouTube hält Einzug ins Schlafzimmer: Playlists mit Weissrauschen, beruhigenden Stimmen oder geführten Meditationen zählen Millionen von Aufrufen und bieten nächtlichen Komfort, der mittlerweile normalisiert ist.

Zwei Wege, derselbe Traum

Während die Technologie dank Innovationsdrang und Abonnementmodellen schnell voranschreitet, behält das Handwerk einen entscheidenden Vorteil: seine Fähigkeit, eine Kundschaft zu begeistern, die Seltenheit und Prestige sucht. Die beiden Ansätze schliessen sich nicht aus: Ein und derselbe Verbraucher kann nachts eine Smartwatch tragen und gleichzeitig auf einer Ultra-Luxus-Matratze von Sleep Atelier liegen. Über Gadgets und Luxus hinaus zeigt der Wettlauf um den perfekten Schlaf vor allem eines: gut zu schlafen ist kein Luxus mehr, sondern eine Investition. In einer Welt, in der Leistung sowohl an Ausdauer als auch an Kreativität gemessen wird, wird Schlaf zur neuen Grenze des Wohlbefindens – und zu einem Geschäft, das wirklich zum Träumen einlädt.

Die Rückkehr des Handwerks

Am anderen Ende des Spektrums wird Schlaf zur ultimativen sinnlichen Erfahrung. Hier gibt es keine Sensoren oder Daten: Es geht um Kaschmirbettwäsche, handgefertigte Betten und Matratzen, die fast wie ein Erbe weitergegeben werden. Sleep Atelier entwirft massgeschneiderte Sets mit makellosen Oberflächen und bietet seinen Kunden sogar Übernachtungen in Luxushotels zu reduzierten Preisen an, um ihre Matratzen zu testen. Das schwedische Unternehmen Hästens, bekannt für Betten mit Pferdehaarpolsterung, verkörpert ebenfalls diesen Trend. Die Preise können mehrere Zehntausend Euro erreichen, doch das Versprechen ist klar: unvergleichlicher Komfort, Ergebnis von Handwerkskunst und aussergewöhnlichen Materialien. «Qualitativer Schlaf ist kein Luxus, sondern eine physiologische und mentale Notwendigkeit», betont Cédric Godot, Geschäftsführer von Sleep Atelier.

The tech wave

Today's connected insomniacs can track every heartbeat and micro-awakening with a smartwatch, a sensor ring, or even a "smart" pillow. The global sleep-tracking device market, valued at nearly \$27 billion in 2023, could exceed \$58 billion by 2030, growing at almost 12% annually. And the offer extends far beyond the realm of the "quantified self": cognitive behavioral therapy apps, algorithms that recommend optimal bedtimes, lamps that modulate light to reset circadian rhythms... Even YouTube has slipped under the covers, with playlists of white noise, calming voices, and guided meditations racking up millions of views, turning nighttime comfort into a normalized ritual.

The comeback of craftsmanship

At the opposite end of the spectrum, sleep is being recast as the ultimate sensory indulgence. Here there are no sensors, no data: just cashmere sheets, hand-crafted frames, and mattresses passed down almost like heirlooms. Sleep Atelier, which creates bespoke ensembles with flawless finishes, even offering clients discounted nights in luxury hotels to test their mattresses, or the Swedish house Hästens, famed for its horsehair-stuffed beds, embody this

trend. Prices can climb into the tens of thousands, but the promise is unambiguous: unparalleled comfort, born of exceptional materials and artisanal expertise. "Quality sleep is not a luxury, but a physiological and mental necessity", insists Cédric Godot, Director of Sleep Atelier.

Two paths, one dream

Technology advances rapidly, fueled by a hunger for innovation and subscription-based models, while craftsmanship holds a different strength: its ability to attract a clientele seeking rarity and prestige.

And the two are not mutually exclusive: one and the same consumer might wear a sleep-tracking watch at night, while lying on a handcrafted luxury mattress from Sleep Atelier. Beyond gadgets and luxury goods, the pursuit of perfect sleep reveals something larger: a growing collective awareness that rest is no longer a luxury, but an investment. In a world where performance is measured not just in endurance but in creativity, sleep has become the new frontier of well-being and a business that, quite literally, dreams are made of.





DOMAINE DE CHATEAUVIEUX



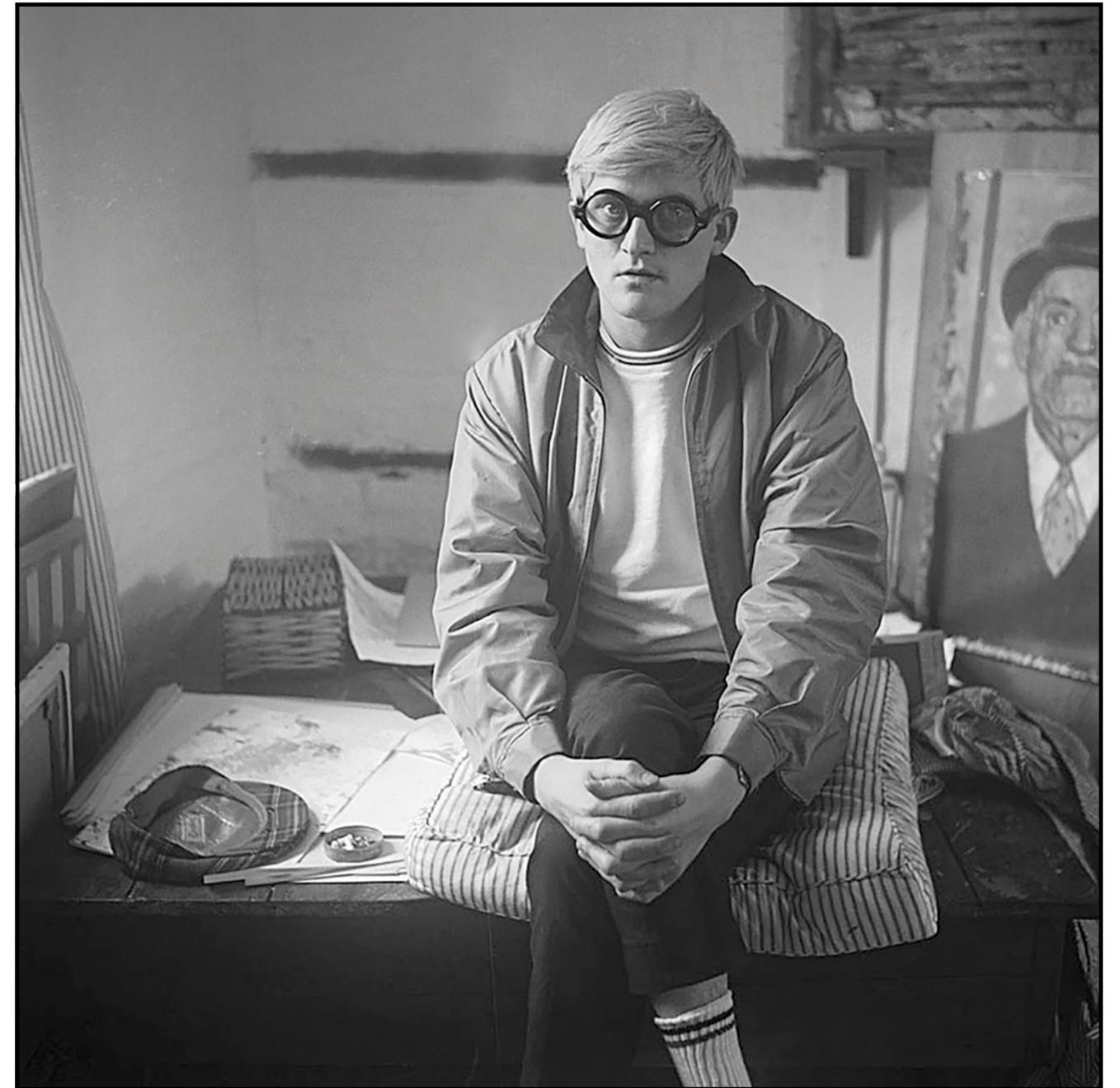
Philippe Chevrier



CHEMIN DE CHATEAUVIEUX 16 / SATIGNY / GENEVA / +41 (0)22 753 15 11 / WWW.CHATEAUVIEUX.CH

ART & CULTURE

YAYOI KUSAMA IN DER FONDATION BEYELER – MUSEUM HAUS KONSTRUKTIV – KUNSTMUSEUM BASEL



David Hockney © Cecil Beaton



Kosmos der Punkte Yayoi Kusama in der *Fondation Beyeler*

Eine Schau, die den Blick nach innen wie nach aussen weitet.

-/ A retrospective that expands the gaze both inward and outward.

© YAYOI KUSAMA / Mark Niedermann (fotos) / Michael Dominique Merz (text)

Die Fondation Beyeler widmet der japanischen Ausnahmekünstlerin Yayoi Kusama die erste integrative Retrospektive – ein Ereignis von hypnotischer Intensität. Über sieben Jahrzehnte entfalten sich in Riehen bei Basel in Werken, in denen sich die Welt in Punkte, Spiegel und Licht auflöst.

Kusamas Punkte und Kreise entsprechen keiner Form, sondern einer Philosophie des Unendlichen. Ihre Symbole stehen für Auflösung und Wiedergeburt, für das Verschwimmen von Selbst und Kosmos. Ihre Kunst zieht sich wie ein leuchtendes Nervensystem durch Malerei, Skulptur, Performance und Raum.

Von frühen, bislang kaum gezeigten Leinwänden bis zu den legendären «Infinity Mirror Rooms» gibt es viel zu bestaunen. Wer sich darauf einlässt, erlebt keine Ausstellung, sondern eine poetische Verwandlung: Die Besucher: innen werden Teil eines pulsierenden Kosmos aus Farbe, Rhythmus und Reflexion.

Ein Muss für alle, die das Grenzenlose hinter vermeintlich simplen Punkten spüren wollen. Die Ausstellung läuft noch bis zum 25. Januar 2026.

-/ The Fondation Beyeler dedicates its first integrative retrospective to the Japanese avant-garde artist Yayoi Kusama – an event of hypnotic intensity. Spanning over seven decades of artwork, the exhibition in Riehen/Basel unfolds a world dissolving into dots, mirrors and light.

Kusama's dots and circles follow no decorative order; they form a philosophy of infinity. Her symbols speak of dissolution and rebirth, of the soft collision between self and cosmos. Her art runs like a luminous nervous system through painting, sculpture, performance and space.

From early, rarely seen canvases to her legendary Infinity Mirror Rooms, there is much to marvel at. Those who surrender to the experience will find not just an exhibition but a poetic transformation: visitors become part of a vibrant cosmos of colour, rhythm and reflection. A must-see for anyone drawn to the boundless hidden within seemingly simple dots. The exhibition runs until 25 January 2026.

Fondation Beyeler (dienstags geschlossen)
Baselstrasse 101, 4125 Riehen
fondationbeyeler.ch



Museum Haus Konstruktiv
Limmatstrasse 268, 8001 Zürich
hauskonstruktiv.ch

Konkret angekommen

Lustwandeln im Zürcher Kreis 5. Zum Beispiel im Haus Konstruktiv an seinem neuen Standort im Löwenbräukunst Areal.

-/ A leisurely stroll through Zurich's District 5. For example, to Haus Konstruktiv, now settled into its new home in the Löwenbräukunst complex.

© Stefan Altenburg (fotos) / Anka Refghi (text)

Der Umzug war legendär. Nach 25 Jahren am Standort im ewz-Unterwerk Selnau zog das Zürcher Haus Konstruktiv im vergangenen Frühjahr ins Löwenbräukunst Areal. Damit ist zumindest die erste Etappe des Umzugs in den Ostteil geschafft, der zweite, in den Westteil wird 2026 folgen.

Konstruktiv-konkrete und konzeptionelle Kunst ist seit jeher das Steckpferd des Hauses. Prägende Zürcher Namen der Bewegung waren in den 1930er-Jahren Max Bill, Richard Paul Lohse, Camille Graeser und Verena Loewensberg, die ein Fundament legten, das bis heute prägend ist. Mit rund 1000 Werken verfügt das Haus Konstruktiv über eine bedeutende Sammlung. Federführend ist hier Direktorin Sabine Schaschl, die es seit vielen Jahren erfolgreich versteht, den Dialog zwischen historischen Positionen und zeitgenössischer Kunst lebendig zu halten.

Bis zum 11. Januar 2026 steht mit «Konkrete Kunst. Neoconcretismo» das Wirken und die Wirkung der Zürcher Konkreten in Brasilien im Zentrum. Zudem sind Werke des brasilianischen Künstlers Artur Lescher (*1962 in São Paulo) zu sehen, dem Gewinner des Zurich Art Prize 2025. Und auch danach geht es spannend weiter: mit Einzelausstellungen von Richard Paul Lohse, Katja Schenker oder auch Rosa Barba. Im neuen Haus Konstruktiv lohnen sich neben den Ausstellungen auch ein Abstecher ins Café und in den fein kuratierten Museumsshop.

-/ The move has already become part of Zurich's art-scene lore. After 25 years in the former ewz-Unterwerk Selnau building, Haus Konstruktiv relocated last spring to the Löwenbräukunst Areal. The first stage of the move into the eastern section is complete; the second, to the western wing, will follow in 2026.

Haus Konstruktiv has always been dedicated to constructive-concrete and conceptual art. In the 1930s, Zurich artists such as Max Bill, Richard Paul Lohse, Camille Graeser and Verena Loewensberg laid the foundations for a movement that continues to shape the city's artistic identity today. With around 1,000 works, the museum's collection is among the most significant of its kind. At the helm is director Sabine Schaschl, who has long succeeded in keeping the dialogue between historical and contemporary art both dynamic and engaging.

Until January 11, 2026, the exhibition «Concrete Art. Neoconcretismo» focuses on the influence and resonance of Zurich's Concrete artists in Brazil. It also presents works by Artur Lescher (born 1962 in São Paulo), the winner of the Zurich Art Prize 2025. And there's more to come: solo exhibitions by Richard Paul Lohse, Katja Schenker, and Rosa Barba will follow. Beyond the exhibitions, the new Haus Konstruktiv is well worth a visit for its inviting café and its beautifully curated museum shop – perfect for rounding off an inspiring cultural outing in Zurich's vibrant Kreis 5.



Stille Kunst mit grosser Präsenz

Im Rahmen der Reihe «ReCollect!» widmet das Zürcher Kunsthaus dem deutschen Künstler Wolfgang Laib eine ganz besondere Ausstellung.

-/ As part of the series ReCollect!, the Kunsthaus Zürich presents a very special exhibition dedicated to the German artist Wolfgang Laib.

© PD/zVg (fotos) / Anka Refghi (text)

Er gehört unbestritten zu den bedeutendsten zeitgenössischen Künstlern Europas: Wolfgang Laib. 1950 im deutschen Metzingen geboren, entwickelt er seit den 1970er-Jahren seine ganz eigene, charakteristische Ausdruckssprache. Seine Werke sind dabei geprägt von meditativer Klarheit, aber auch stiller Intensität. Seine Materialien? Blütenstaub, Milch, Wachs, Stein oder auch schon einmal Reis. Seine Sprache? Klar, reduziert und getragen von spirituellen Traditionen Europas und Asiens.

Im Rahmen der Reihe «ReCollect!» ist im Zürcher Kunsthaus nun eine ganz besondere Ausstellung zu sehen. Bis Herbst 2026 begegnen hier 50 zentrale Werke aus allen Schaffensphasen Wolfgang Laibs den Meisterwerken aus der Kunsthaus-Sammlung. Laibs Werke treten dabei in einen spannenden Dialog mit rund 30 Meisterwerken aus sieben Jahrhunderten – von Fra Angelico und Claude Monet bis zu Giacometti, Kandinsky, Mondrian, Rothko und Verena Loewensberg, vom Mittelalter bis ins 20. Jahrhundert. In den vergangenen Jahren stellte Laib seine Werke bereits in bedeutenden Kirchenräumen Italiens aus, wo seine Kunst den Austausch mit Architektur und Kunstwerken vom 6. Jahrhundert bis zur Renaissance suchte. Mit der Ausstellung, die im engen Dialog zwischen Wolfgang Laib und Philippe Büttner, dem Senior Curator des Kunsthaus Zürich entstand, findet diese transhistorischen Begegnungen nun erstmals im musealen Raum statt.

-/ Undeniably one of Europe's most important contemporary artists, Wolfgang Laib, born in 1950 in Metzingen, Germany, has developed a unique and distinctive artistic language since the 1970s. His works are marked by meditative clarity as well as quiet intensity. His materials? Pollen, milk, wax, stone, and sometimes even rice. His language? Simple, pared-down, and deeply rooted in the spiritual traditions of Europe and Asia.

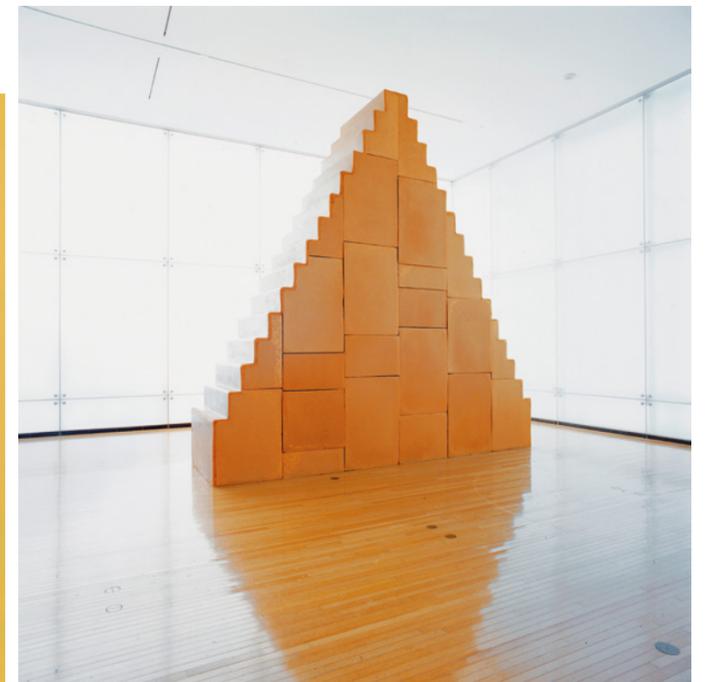
As part of ReCollect!, the Kunsthaus Zürich now showcases a remarkable exhibition. Until autumn 2026, fifty key works spanning Laib's entire career enter into dialogue with masterpieces from the Kunsthaus collection. Laib's works engage with around thirty iconic works from seven centuries – from Fra Angelico and Claude Monet to Giacometti, Kandinsky, Mondrian, Rothko, and Verena Loewensberg – spanning the medieval period to the twentieth century. In recent years, Laib has exhibited in prominent Italian churches, exploring the interplay between his art and architectural or artistic works dating from the 6th century to the Renaissance. This exhibition, developed in close collaboration between Wolfgang Laib and Philippe Büttner, senior curator at Kunsthaus Zürich, brings these transhistorical encounters for the first time into a museum setting.

Wie einst Harald Szeemann, ein langjähriger Begleiter von Wolfgang Laib, schrieb, öffnen seine kleinsten skulpturalen Gesten «unermesslich weite innere Räume». Deutlich wird das in seinen Werken. Darunter ein grosses Blütenstaubfeld, ein Milchstein, ein Brahmanda (eine eiförmige Steinskulptur), eine Zikkurat, Reishäuser, eine Lacktreppe und ein begehrter Wachsraum sowie Zeichnungen, Fotografien und weitere Skulpturen.

Eine besondere Note erhält die Ausstellung auch durch Laibs persönliche Verbindung zum Kunsthaus Zürich, das ihn bereits seit seinen Kindertagen prägte. Ebenso wie das Museum Rietberg, dessen Sammlung asiatischer Kunst ihn nachhaltig beeinflusste. Teil der Ausstellung ist daher auch eine besondere Leihgabe des Museum Rietberg: eine Marmorstatue aus der indischen Jain-Tradition, deren Philosophie der Gewaltlosigkeit Laib tief beeindruckte.



Kunsthaus Zürich
Heimplatz 1/5, 8001 Zürich
kunsthaus.ch



As Harald Szeemann, a longtime collaborator of Laib, once wrote, even his smallest sculptural gestures “open immeasurably vast inner spaces.” This is evident throughout the exhibition, which includes a large pollen field, a milk stone, a Brahmanda (an egg-shaped stone sculpture), a zikkurat, rice houses, a lacquered staircase, a walk-in wax room, as well as drawings, photographs, and additional sculptures.

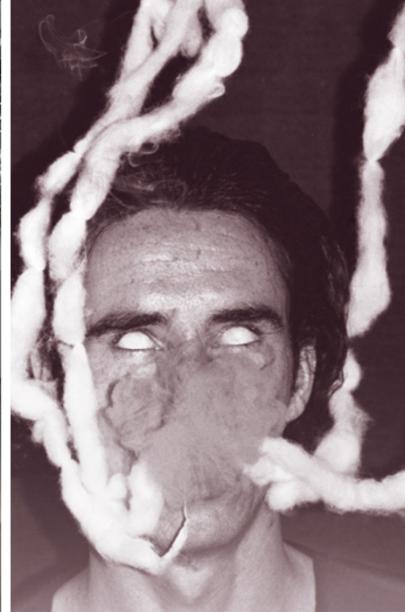
The exhibition is further enriched by Laib's personal connection to Kunsthaus Zürich, which influenced him from childhood, as well as the Rietberg Museum, whose collection of Asian art left a lasting impression. A special loan from the Rietberg Museum is included in the exhibition: a marble statue from the Indian Jain tradition, whose philosophy of nonviolence profoundly inspired Laib.



Adam Fuss, *My Ghost*, 1999
© Adam Fuss & Fraenkel Gallery



Heidi Bucher, *Kleines Glasportal*, 1988
Bellevue Sanatorium, Psychiatrische Anstalt Kreuzlingen
© Heidi Bucher and Lehmann Maupin



Mike Kelley, *Ectoplasm Photograph 10*
© Mike Kelley, Foundation for the Arts

ESCAPE

COTE TRAVEL GUIDE: **BERGE & WINTERPALÄSTE** – EXPLORA: A LUXURY OCEAN JOURNEY

Geist, bist du da?

-/ Mit «Geister. Dem Übernatürlichen auf der Spur», entführt uns das Kunstmuseum Basel in eine Grenzwelt mit über 160 Werken des 19. und 20. Jahrhunderts.

-/ With “Ghosts: Visualizing the Supernatural,” the Kunstmuseum Basel leads visitors to a liminal world through more than 160 works from the 19th and 20th centuries.

Katia Baltera

Geister, Gespenster, Erscheinungen, Spukgestalten und andere Ektoplasmen sind nicht nur Figuren aus Horrorfilmen. Sie tauchen ebenso beunruhigend in der bildenden Kunst auf. «Geister. Dem Übernatürlichen auf der Spur», erforscht die reiche visuelle Kultur, die sich im 19. Jahrhundert in der westlichen Welt um diese Zwischenwesen entwickelt hat. Das 19. Jahrhundert, bekannt für seine Rationalität, aber auch als Zeitalter grosser wissenschaftlicher Entdeckungen wie Fotografie, Elektrizität und Motorisierung, war zugleich ein Jahrhundert des ausgeprägten Glaubens an Geister und Erscheinungen aus dem Jenseits – ein Mittel, auch die Erforschung der Psyche voranzutreiben. Das späte 19. Jahrhundert brachte Freud, Hypnose, Suggestion und Psychoanalyse hervor, die neue Zugänge zum Innenleben eröffneten, aber auch Projektionen unserer Ängste und Wünsche, die von Wesen des Jenseits oft verkörpert werden. Dieses Interesse am Übernatürlichen ging einher mit technologischen Innovationen und illusionistischen Techniken. Deshalb finden sich viele Fotografien in der Ausstellung. Sie versuchen, unsichtbare Präsenz mittels der Fotografie zu objektivieren. So sieht man etwa ein Ektoplasma, das aus der Nase eines Mediums entweicht, oder die durchscheinende Silhouette eines Geistes, der eine Treppe hinabsteigt. Darüber hinaus gibt es spielerischere Werke, wie jene von Tony Oursler mit seinem Pappgespenst mit runden Augen, oder makaberere Arbeiten wie die von Heidi Bucher: eine Art Latexhaut, zunächst an einer Wand eines psychiatrischen Krankenhauses angebracht, in dem Misshandlungen Alltag waren. Diese Haut, die sie von der Wand löst, wird zur geisterhaften Materialisierung von Schmerz und Leid. Gänsehaut garantiert!

-/ Spirits, ghosts, spectres and other apparitions are not merely the stuff of horror films; they haunt the visual arts just as vividly. “Ghosts Visualizing the Supernatural” explores the rich visual culture that developed around these beings of the in-between in the Western world during the 19th century. Known as an age of reason and great scientific discoveries such as photography, electricity and mechanization, it was also a period marked by an intense fascination with ghosts and visions from the beyond, offering a new way to explore the depths of the human psyche. The late 19th century also saw the rise of Freud, hypnosis, suggestion and psychoanalysis, which opened new pathways into the inner life and into the projections of our fears and desires that supernatural beings so often embody. This fascination with the invisible went hand in hand with technological innovation and illusionist techniques, which explains the prominent place of photography in the exhibition. The camera was used to capture unseen presences: an ectoplasm emerging from a medium’s nose, or the translucent figure of a spirit descending a staircase. There are lighter works too, such as Tony Oursler’s whimsical ghost with its wide, staring eyes, alongside more macabre pieces like Heidi Bucher’s latex “skin,” first applied to a wall of a psychiatric hospital infamous for abuse. When she tore it away, the material became a ghostly manifestation of pain and suffering. Spine-tingling indeed.

«Geister. Dem Übernatürlichen auf der Spur», noch bis zum 8. März 2026
Kunstmuseum Basel, St. Alban-Graben 16, 4051 Basel
+41 61 206 62 62 / kunstmuseumbasel.ch



Jayne Mansfield in 1960 © Silver Screen Collection / Getty Images

COTE TRAVEL GUIDE

Berge & Winterpaläste

Von den Schweizer Alpen bis zu den Dolomiten, von den Rockies bis zu den Schneelandschaften Japans – COTE zelebriert die schönsten Palace-Hotels der Berge. Hier verschmelzen Erbe, Eleganz und grenzenlose Panoramen zu einer neuen Kunst des winterlichen Lebensgefühls.

-/ From the Swiss Alps to Italy's Dolomites, from the Rockies to Japan's snowy peaks, COTE celebrates the world's most beautiful mountain palaces. Heritage, elegance, and breathtaking views unite to turn winter into an art of living.

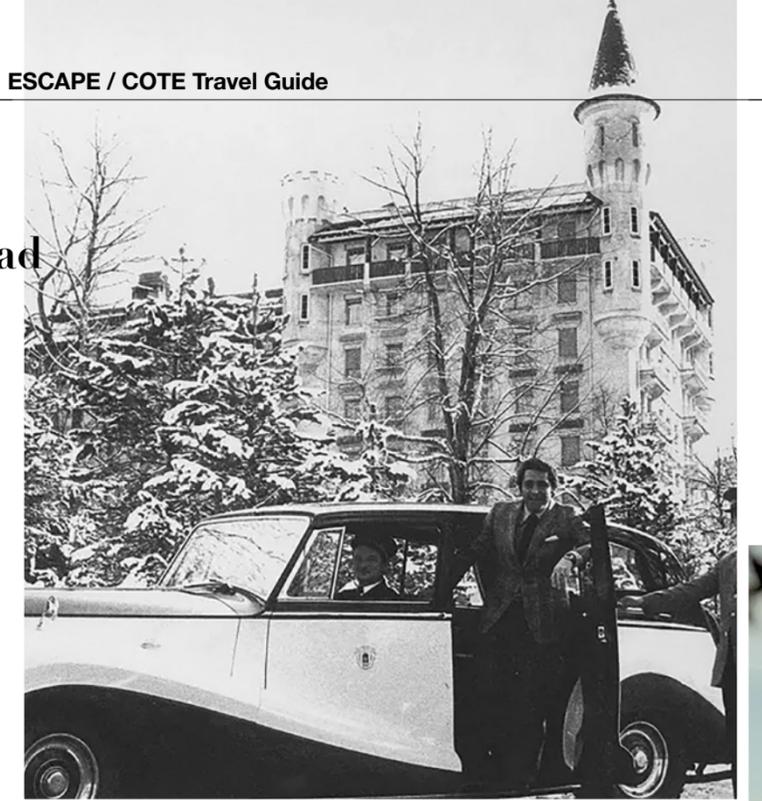
Agathe Forichon

ESCAPE / COTE Travel Guide

Alpine Legende in Gstaad *Gstaad Palace – Gstaad, Schweiz*

Seit über einem Jahrhundert verkörpert das Gstaad Palace den Inbegriff alpinen Charmes und helvetischer Eleganz. Rückzugsort für Königsfamilien und Filmlegenden – von Elizabeth Taylor bis Roger Moore – thront es wie ein Schneeschloss über dem Saanenland. In dieser mythischen Kulisse wird das «art de vivre» neu interpretiert: Das Restaurant Le Grand erinnert an die Traditionen von 1913 mit klassischem Service und einer Karte von über 75 Gerichten, kreiert vom Team um Küchenchef Franz W. Faeh. Zwischen Panoramasuiten, prächtigem Spa und legendären Nächten im Club Green Go pflegt das Palace einen selten gewordenen Luxus – jenen der Herzlichkeit und des Stils.

-/ For over a century, the Gstaad Palace has embodied alpine charm and Swiss elegance. A haven for royalty and film legends, from Elizabeth Taylor to Roger Moore, it stands above the Saanenland valley like a snow-crowned castle. This winter, the newly unveiled Le Grand restaurant brings back the spirit of 1913 with refined table service and over 75 dishes crafted by Culinary Director Franz W. Faeh's team. Between panoramic suites, a sumptuous spa, and nights at the iconic GreenGo Club, the Palace continues to define a rare kind of luxury, one of warmth, heritage, and unmistakable style.



Ewige Ikone von St. Moritz

Badrutt's Palace – St. Moritz, Schweiz



Seit 1896 ist das Badrutt's Palace eine legendäre Adresse mondäner Winter. Unter seinen schneebedeckten Türmen zelebrierten Marlene Dietrich, Audrey Hepburn, Alfred Hitchcock und Kate Moss das alpine «art de vivre». In seinem prachtvollen Belle-Époque-Ambiente trifft zeitloser Glamour auf modernen Geist: 155 Zimmer und Suiten mit Blick auf den zugefrorenen See, ein prächtiges Palace Wellness Spa und eine Auswahl erlesener Restaurants – allen voran das ikonische La Coupole – Matsuhisa. Zwischen diskreter Eleganz, legendärer Gastfreundschaft und kosmopolitischer Energie entfaltet St. Moritz hier seinen unvergleichlichen Glanz.

-/ A legendary winter refuge since 1896, Badrutt's Palace defines the very essence of alpine luxury. Beneath its snow-topped towers, icons from Marlene Dietrich and Audrey Hepburn to Alfred Hitchcock and Kate Moss have embraced the mountain art de vivre. Within its Belle Époque interiors, timeless glamour meets modern energy, 155 rooms and suites overlooking the frozen lake, a sumptuous Palace Wellness spa, and a constellation of restaurants, including the cult La Coupole – Matsuhisa. Blending grace, history, and cosmopolitan flair, St. Moritz shines brightest within these storied walls.



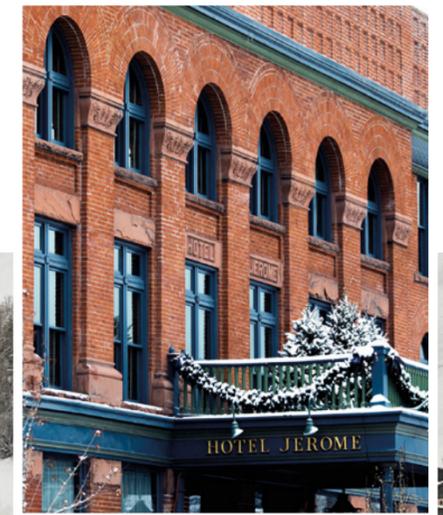
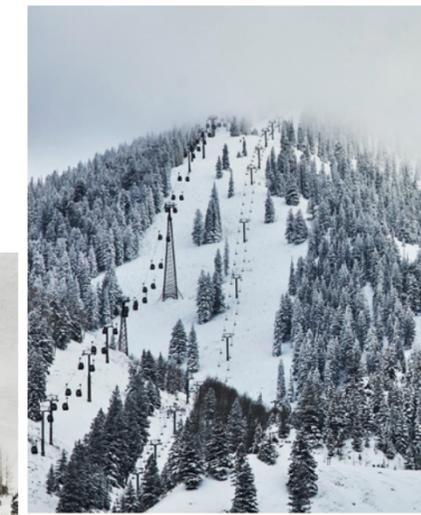
Western-Ikone in Aspen

Hotel Jerome, Auberge Resorts Collection – Aspen, Colorado, USA

Im Herzen von Aspen verkörpert das Hotel Jerome seit 1889 die kultivierte Seele des amerikanischen Westens. Von Auberge Resorts Collection aufwendig restauriert, vereint dieses denkmalgeschützte Haus Geschichte und Moderne in einem Ambiente aus freigelegtem Backstein, gealtertem Leder und zeitgenössischer Kunst – eingerahmt von den majestätischen Rockies. Rundherum pulsiert Aspen mit Galerien, Designboutiquen und legendären Pisten, die jeden Winter die internationale Jetset anziehen. In dieser ehemaligen Bergbaustadt, heute Ikone des amerikanischen Alpenchic, bleibt das Jerome ihr wahres Herz elegant, frei und zeitlos.

-/ In the heart of Aspen, Hotel Jerome has embodied the refined spirit of the American West since 1889. Restored by Auberge Resorts Collection, this landmark blends heritage and modern sophistication through exposed brick, aged leather, and contemporary art framed by the Rockies.

Outside, Aspen hums with galleries, designer boutiques, and legendary slopes drawing the global jet set each winter. In this former mining town turned alpine icon, the Jerome remains its enduring soul, elegant, untamed, and timeless.

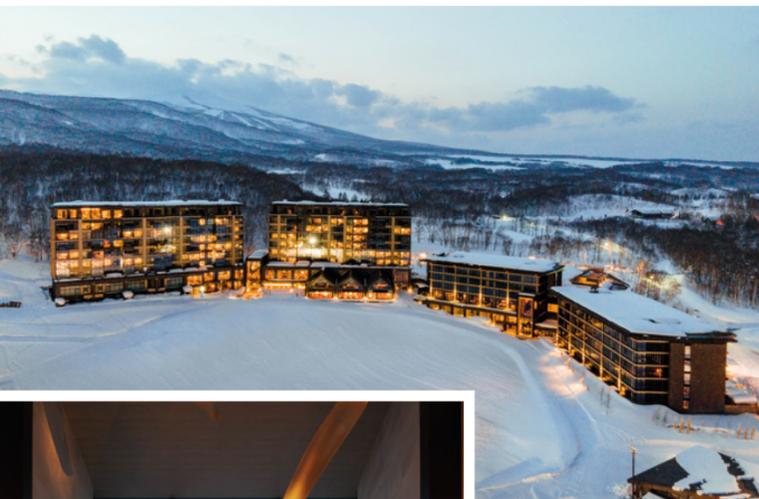


Die Kunst des Winters by Cheval Blanc

Cheval Blanc – Courchevel, France

Im Herzen von Courchevel 1850 verbindet das Cheval Blanc kühne Modernität mit außergewöhnlicher Gastfreundschaft. Hinter der makellosen Fassade eröffnet sich ein intimes Refugium mit 36 Zimmern und Suiten, gestaltet von Sybille de Margerie für das Haus LVMH. Drei Michelin-Sterne im Restaurant Le 1947, ein lichtdurchflutetes Guerlain Spa, direkter Pistenzugang und massgeschneiderter Service – hier wird die Sanftheit des Winters zelebriert. Ein Refugium für Ästheten und Bergliebhaber, das pure, exklusive und zutiefst herzliche Luxusmomente verspricht.

-/ In the heart of Courchevel 1850, Cheval Blanc fuses bold contemporary design with exceptional hospitality. Behind its pristine façade, this intimate 36-room palace imagined by Sybille de Margerie for LVMH is a sanctuary of alpine elegance. Home to the three-Michelin-starred Le 1947, a luminous Guerlain spa, ski-in/ski-out access and impeccable bespoke service, it celebrates the poetry of winter. A haven for aesthetes and mountain lovers alike, Cheval Blanc Courchevel redefines luxury as purity, warmth, and absolute refinement.



Schnee und Stille in Niseko

Park Hyatt Niseko Hanazono – Hokkaidō, Japan

Am Fusse des Mount Annupuri definiert das Park Hyatt Niseko Hanazono den alpinen Luxus aus japanischer Perspektive neu. Hinter seiner klaren, minimalistischen Architektur verbirgt sich ein Refugium der Ruhe mit Blick auf die unberührten Schneelandschaften Hokkaidōs. Ski-in/Ski-out in einem der besten Pulverschneegebiete der Welt, dampfende Onsen-Bäder, japanisch-französische Gourmetküche von Spitzenköchen – jeder Moment feiert die Harmonie der Kontraste. Zwischen schneebedeckten Vulkanen, Birkenwäldern und der Kunst der japanischen Gastfreundschaft vereint Niseko Abenteuer, Wohlbefinden und stille Kontemplation.

-/ At the foot of Mount Annupuri, Park Hyatt Niseko Hanazono redefines alpine luxury through a Japanese lens. Behind its minimalist lines lies a sanctuary of calm overlooking Hokkaidō's legendary powder snow. With ski-in/ski-out access, steaming onsen baths, and Japanese and French fine dining by renowned chefs, every moment celebrates harmony and contrast. Between snow-dusted volcanoes, silver birch forests, and the art of omotenashi hospitality, Niseko embodies adventure, wellbeing, and quiet contemplation.

Aman – die Kunst der alpinen Stille

Aman Rosa Alpina – San Cassiano, Dolomiten, Italien

Mitten in den Dolomiten, im charmanten Dorf San Cassiano, erfindet das Aman Rosa Alpina die Seele eines historischen Berghotels neu. Von Jean-Michel Gathy neu gestaltet, vereint es alpine Authentizität mit Amans minimalistischer Ruhe: helles Holz, rohe Steinstrukturen, wandelndes Licht. 51 Suiten verbinden den Komfort eines modernen Chalets mit Blick auf die Gipfel, während das zweistöckige Spa mit Panoramapool, Hammam und Zen-Garten zur vollkommenen Entspannung einlädt. Kulinarisch zelebrieren Il Salotto und Le Grill italienische Geselligkeit, ergänzt durch Akari, das neue japanische Shabu-Shabu-Restaurant.

-/ In the heart of the Dolomites, Aman Rosa Alpina reimagines the soul of a historic mountain retreat. Redesigned by Jean-Michel Gathy, it blends alpine authenticity with Aman's serene minimalism, pale woods, raw stone, and ever-changing light. Its 51 suites evoke the warmth of a modern chalet, while the two-storey spa invites deep restoration with panoramic pools, hammam, and a zen garden. Dining unfolds between convivial Italian flavours at Il Salotto and Le Grill, and refined Japanese artistry at Akari, a new Shabu Shabu concept.



A luxury ocean journey

Neue Reiseziele, exklusive Erlebnisse und Fünf-Sterne-Service Explora Journeys definiert Ultra-Luxus-Hospitality auf See neu. Ein Gespräch mit Anna Nash, Präsidentin der MSC Group Division.

-/ New destinations, exclusive experiences, and five-star service, Explora Journeys is redefining ultra-luxury hospitality at sea. We meet with Anna Nash, President of Explora Journeys.

Victoria Javet

Was waren Ihre ersten Schritte als Präsidentin von Explora Journeys?

«Meine Priorität war es, zuzuhören und die Position sowie die Ziele der Marke zu verstehen. Wir haben einen kollaborativen Ansatz entwickelt und gleichzeitig unsere Verpflichtung zu höchster Exzellenz beibehalten. Kurz vor der Einführung von EXPLORA II eingestiegen, habe ich das Team unterstützt, um ein aussergewöhnliches Erlebnis sicherzustellen. 2025 haben wir unsere Prozesse verfeinert und uns auf ein bedeutendes Wachstum ab 2026 vorbereitet, wenn innerhalb von drei Jahren vier neue Schiffe in Dienst gestellt werden.»

Wie würden Sie das Explora Journeys Erlebnis beschreiben?

«Unser Ziel ist es, Seereisen neu zu definieren, indem wir unseren Gästen Zeit geben, sich selbst, anderen und der Welt wieder zu verbinden. Explora Journeys vereint Eleganz, Komfort und Entdeckung. Alle Suiten mit Meerblick verfügen über private Terrassen und hochwertiges Design, während die Gastronomie Weltklasse-Küche mit kulturellen Entdeckungen verbindet.»

Welche Reiseziele sind 2026 ein Muss?

«Unsere Journeys erkunden faszinierende Ziele, von ikonischen Häfen bis hin zu verborgenen Schätzen in der Mittelmeerregion, Nordeuropa, Nordamerika und der Karibik. Im Juli 2026 werden wir EXPLORA III willkommen heissen, die ihre Jungfernfahrt von Barcelona nach Lissabon startet, bevor sie Europa, Island und Nordamerika erkundet. Sie wird neue kulinarische und Wellness-Konzepte bieten und unsere Position unter den weltweit prestigeträchtigsten schwimmenden Hotels weiter stärken. EXPLORA IV und V debütieren 2027 und bringen unsere europäische Eleganz nach Alaska, gefolgt von EXPLORA VI im Jahr 2028.»

What have been your first actions as the President of Explora Journeys?

"My first priority was to listen and understand the brand's position and goals. Speaking directly with guests and colleagues shaped a collaborative approach while maintaining our promise of excellence. Joining before EXPLORA II's launch, I supported the team to ensure an exceptional experience. In 2025, we refined processes and prepared for major growth from 2026, when four ships will launch in three years."

How would you describe the Explora Journeys experience?

"Our goal is to redefine ocean travel through culture, discovery, and meaningful connection, giving guests time to reconnect with themselves, others, and the world. Explora Journeys offers elegance, comfort, and discovery. All oceanfront suites feature private terraces and refined design, while dining combines world-class cuisine with cultural storytelling."

Which are the must-see destinations for 2026?

"Our Journeys explore captivating destinations, blending iconic ports with hidden gems across the Mediterranean, Northern Europe, North America, and the Caribbean. In July 2026, we will welcome EXPLORA III, beginning her maiden voyage from Barcelona to Lisbon before exploring Europe, Iceland, and North America. She will feature new culinary and wellness concepts, reinforcing our position among the world's leading luxury hotels, at sea. Looking ahead, EXPLORA IV and V will debut in 2027, bringing our European elegance to Alaska, followed by EXPLORA VI in 2028."



BEAUTY & HEALTH

MAKE-UP: SEASON HUES – ALPEOR ULTITUDE – CAUDALIE EIN GESCHENK AUS DER NATUR



Evelyn Lauder, Estee Lauder and model Paulina Porizkova launch the new fragrance "Knowing" during an event at Saks Fifth, 1988 © Tony Palmier/WWD

Charlotte Tilbury
Matte Revolution Lipstick
Pillow Talk



Yves Saint Laurent
Beauty
Lash Clash
Burgundy Mascara

CHANEL Beauté
Les 4 Ombres Boutons
Couture palette



Clarins
Lip Comfort Oil
n°27

SEASON HUES

-/ In dieser Saison wird die Make-up-Palette wärmer. Taupe, Violett und andere Erdtöne betonen Augen und Hände, während die Lippen in Nude-Tönen strahlen und das Gesicht von irisierenden Akzenten zum Leuchten gebracht wird.

-/ This season, the makeup palette warms up. Taupe, violet, and other earthy tones dress the eyes and nails, while lips take on soft nudes and the complexion glows with iridescent highlights.

Victoria Javet

Hermès
Les Mains
Vernis émail 89
Violet Byzantin



TOM FORD
Soleil Neige Après Glow
Rosy Glow



Dior
Forever Nude Matte Filter
Soft-Focus Setting Powder
03 Medium



Benefit
The POREfessional foundation
1C Ultimate



ALPEOR ULTITUDE

Natur in ihrer reinsten Form

Zwischen Pflegewasser und Serum angesiedelt, ist Alpeors Essence Ultitude der neue, unverzichtbare Schritt jeder Hautpflegeroutine.

-/ Sitting somewhere between a treatment water and a serum, Alpeor's Facial Essence is the new must-have step in any skincare routine.

Victoria Javet

Mit Essence Ultitude verwandelt Alpeor das tägliche Ritual in einen Moment purer Pflege. Leicht und flüssig wie Wasser, dabei konzentriert wie ein Serum, bereitet diese innovative Formel die Haut optimal darauf vor, die wertvollen Wirkstoffe der Alpeor-Pflegeserie aufzunehmen. Als erster Schritt exfoliiert sie sanft, verfeinert die Hautstruktur und lässt den Teint strahlen, dank einer feinen Formel, die über fast vier Jahre entwickelt wurde. Angereichert mit AHA-, BHA- und PHA-Komplexen, sorgt die seidige, körnungsfreie Textur für eine sanfte Exfoliation ohne Irritationen und unterstützt die natürliche Zellregeneration. Schon nach wenigen Anwendungen wirkt die Haut klarer und von Unreinheiten befreit. Inspiriert von der Natur und alpinen Pflanzen, enthält Essence Ultitude ausserdem Malvenextrakt, bekannt für seine beruhigenden und entzündungshemmenden Eigenschaften. Das Ergebnis: ein ebenmässiger, strahlender und gesund wirkender Teint.



-/ With Facial Essence, Alpeor transforms the daily ritual into a moment of care. Light and fluid like water yet concentrated like a serum, this innovative formula prepares the skin to fully absorb the active ingredients in the Alpeor range. As the first essential step, it gently exfoliates, refines, and brightens the complexion, thanks to a delicate formula developed over nearly four years of research. Infused with AHA, BHA, and PHA complexes, its silky, grain-free texture exfoliates without irritation while encouraging natural cell renewal. In just a few applications, the skin feels clearer and purified. Inspired by nature and Alpine botanicals, Facial Essence also includes mallow extract, renowned for its soothing and anti-inflammatory benefits. The result is a complexion that is smoother, more even, and radiantly luminous.

alpeor.com



CAUDALIE

EIN GESCHENK AUS DER NATUR

Für alle, die es eilig haben und dennoch sich selbst oder ihren Liebsten das ganze Jahr über eine Freude bereiten möchten, hat Caudalie genau das Richtige: Geschenksets mit den beliebtesten Pflege-Routinen der Marke.

-/ It's gift-giving season! For those short on time but eager to treat their loved ones, Caudalie has everything covered. Discover a selection of festive sets featuring the brand's most beloved skincare routines.

Victoria Javet



Longevity in a Bottle

Swissline präsentiert eine hochwirksame neue Nachtpflege für reife Haut, basierend auf den neuesten Erkenntnissen aus der Epigenetik.

-/ Swissline unveils a highly effective new night treatment for mature skin, inspired by the latest breakthroughs in epigenetics.

Victoria Javet



swissline-cosmetics.com



Mit dem Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate läutet Swissline ein neues Kapitel seiner Geschichte ein. Das Serum, das auf den jüngsten wissenschaftlichen Entdeckungen im Bereich der Epigenetik basiert, bietet eine kraftvolle Anti-Aging-Wirkung für trockene, reife Haut. Im Herzen der Formulierung wirkt RejuveNad™, ein revolutionärer pflanzlicher Booster des Langlebigkeitsmoleküls NAD+, der gezielt gegen Falten, mangelnde Festigkeit und Altersflecken vorgeht. Angereichert mit marinem Kollagen, Aminosäuren und Ceramiden wurde es entwickelt, um Frauen während der Perimenopause und Menopause zu unterstützen – eine Zeit, in der der Lipidgehalt sinkt und die Haut zu Trockenheit neigt. Das Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate ist die ideale Pflege für alle, die diese Lebensphase mit Ruhe und Zuversicht durchschreiten möchten.

-/ With Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate, Swissline begins a new chapter in its story. Developed using the latest scientific discoveries in epigenetics, this new serum delivers powerful anti-aging benefits for dry, mature skin. At the heart of its formula is RejuveNad™, a revolutionary plant-derived booster of the longevity molecule NAD+, which targets wrinkles, firmness, and age spots. Enriched with marine collagen, amino acids, and ceramides, it is designed to support women through peri-menopause and menopause, when lipid levels drop and the skin tends to become drier. Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate is the ideal treatment for anyone wishing to navigate this stage of life with confidence and ease.

COTE & THE CITY

DESIGN – SHOPPING – GASTRO – HOTELS



Brigitte Bardot, 1962

Kuratiert mit Esprit

Wer schöne Dinge sucht, findet sie im Asandri Studio im Zürcher Kreis 5.

-/ Those in search of beautiful things will find them at Asandri Studio in Zurich's Kreis 5 district.

© Alexander Palacios PD/zVg (fotos) / Anka Refghi (text)

«Produkte mit Seele und Geschichte» lautet das Credo im Asandri Studio von Alexandra Pfister und ihrem Mann Stefan Wiedmer. Ob für sich selbst oder seine Liebsten – in dem kleinen, feinen Geschäft an der Josefstrasse im Kreis 5 findet man Keramik, Holzobjekte, feinste Duftkerzen, weiche Textilien und erlesene Schreibutensilien jeglicher Couleur. Ein jedes Stück ist hier mit Liebe ausgewählt und inspiriert von der japanischen Wabi-Sabi-Philosophie der Einfachheit, Authentizität und Achtsamkeit im Alltag. Dabei ästhetisch, funktional und aus besten Materialien für eine möglichst lange gemeinsame Reise durchs Leben.

Im Fokus steht auch die Zusammenarbeit mit kleinen Manufakturen aus Japan und Europa. So wie zum Beispiel mit den jungen Hamburger Buchbindern und ihren legendären «One Word a day»-Notizbüchern, die schweizweit exklusiv nur hier zu finden sind. Traditionelles Handwerk und modernes Design im Schulterschluss eben. Ein weiteres Highlight sind die legendären Traveler's Notebooks: handgefertigt, mit Ledereinband und charakteristischer Gummischnur. Für die teils exklusiven Editionen aus Japan reist hier so manch einer von weit an.

Doch Asandri Studio ist nicht nur ein liebevoll gestalteter Design Concept Store, sondern auch ein Ort der Inspiration und Treffpunkt für Kreative und Ästheten.



-/ “Products with soul and history” is the guiding philosophy at Asandri Studio, run by Alexandra Pfister and her husband, Stefan Wiedmer. Whether for oneself or for a loved one, this small yet exquisite boutique on Josefstrasse in Kreis 5 offers ceramics, wooden objects, the finest scented candles, soft textiles and a carefully curated selection of writing instruments in every hue. Each piece is chosen with love, inspired by the Japanese Wabi-Sabi philosophy of simplicity, authenticity and mindfulness in everyday life. The result is a collection that is both aesthetic and functional, crafted from the finest materials to accompany its owner for many years to come.

Particular emphasis is placed on collaboration with small artisanal workshops from Japan and Europe. Among them are the young bookbinders from Hamburg and their legendary One Word a Day notebooks, available exclusively in Switzerland at Asandri Studio – a perfect meeting of traditional craftsmanship and contemporary design. Another highlight is the iconic Traveler's Notebook: handcrafted, with a leather cover and its signature elastic cord. Collectors often travel from afar for the limited editions arriving from Japan.

But Asandri Studio is more than a beautifully curated design concept store, it is a place of inspiration, a gathering spot for creatives and aesthetes alike.

Asandri Studio
Josefstrasse 45, 8005 Zürich
asandri.com



MAX Designklassiker
Steinwiesenstrasse 26, 8032 Zürich
max-designklassiker.ch



Designlegenden und mehr

Ein Besuch bei MAX Designklassiker ist eine Einladung zum Entdecken.
Ob rare Objekte, Kleinserien oder zeitlose Ikonen

-/ Stepping into MAX Designklassiker is an invitation to discover,
from rare finds and limited editions to timeless design icons.

© PD/zVg (fotos) / Anka Refghi (text)

Gerade einmal 300 Meter vom Zürcher Kunsthaus entfernt findet man Max Designklassiker von Roman Dieziger. Ein wahres Eldorado für Schöngeliebte: Stühle, Tische, Sessel und Sideboards aus den 1930er- bis 1980er-Jahren, fein kuratiert und inszeniert. Rare Objekte, meist Entwürfe von Architekten, Kleinserien oder auch Prototypen. Neben Vintage-Möbeln bekannter Namen wie Ray und Charles Eames oder Alvar Aalto findet man hier auch selteneres: ein niederländisches Sideboard von Cees Braakman zum Beispiel, einen italienischen Salontisch von Carlo di Carli, einen englischen Schreibtischstuhl von George Sneed oder Stühle aus dem Verwaltungsgebäude der indischen Stadt Chandigarh von Pierre Jeanneret.

«Ein Objekt», so Diezigers Philosophie, «sollte benutzt werden. Ein Stuhl ist ein Stuhl und soll auch als Stuhl benutzt werden und nicht als Vitrinenobjekt». Die Möbel bei Max Designklassiker werden nach Möglichkeit im Originalzustand belassen, sollten jedoch Polster- oder Holzarbeiten nötig sein, arbeitet man hier mit lokalen Handwerkern zusammen.

Neben Designstücken vergangener Tage bietet MAX Designklassiker auch jungen Designerinnen und Designer eine Bühne für ihre Arbeiten, ebenso wie einer eigenen kleinen Möbelserie, die für Kundinnen und Kunden auf Mass und selbstverständlich von einem Zürcher Schreinerbetrieb handgefertigt werden.

-/ Just 300 metres from Zurich's Kunsthaus lies Max Designklassiker, founded by Roman Dieziger – a true Eldorado for lovers of design and aesthetics. Here, chairs, tables, armchairs and sideboards from the 1930s to the 1980s are carefully curated and beautifully staged. The selection includes rare pieces, often designed by architects, small editions and even prototypes. Alongside vintage furniture by well-known names such as Ray and Charles Eames or Alvar Aalto, you'll also find more unusual treasures: a Dutch sideboard by Cees Braakman, an Italian coffee table by Carlo di Carli, an English desk chair by George Sneed, or chairs from the administrative building in Chandigarh designed by Pierre Jeanneret.

“One should live with objects,” says Dieziger. “A chair is a chair and should be used as such, not placed behind glass.” At Max Designklassiker, furniture is preserved in its original condition whenever possible; when upholstery or woodwork is required, local craftsmen are brought in to carry out the restoration.

Beyond its collection of vintage design pieces, MAX Designklassiker also provides a platform for young designers to showcase their creations – and features its own small furniture line, made to measure for clients and handcrafted by a Zurich-based joinery.



New Space. Same YVY Spirit

Seit Herbst präsentiert sich das Zürcher Label YVY an neuer Adresse im Seefeld.

-/ Since autumn, the Zurich-based label YVY has been presenting itself at a new address in Seefeld.

© YVY PD/zVg (fotos) / Anka Refghi (text)

Die Lederaccessoires von YVY-Gründerin und Creative Director Yvonne Reichmuth tragen schon längst Hollywoods Grössen wie Kate Winslet, Madonna, Taylor Swift oder Lady Gaga, um nur einige wenige zu nennen. Ihre avantgardistischen Body Pieces aus feinstem italienischem Leder oder die Ready-to-Wear-Kollektion aus edelsten Stoffen? Handgefertigte Kunstwerke zwischen Objekt, Accessoire und Fashion! Ebenso wie die neue Leather Clothing Capsule Collection aus butterweichem Premium-Lammleder, die genauso aufregend ist wie alles, was aus der Feder Reichmuths stammt.

-/ The leather accessories by YVY founder and Creative Director Yvonne Reichmuth have long been worn by Hollywood greats such as Kate Winslet, Madonna, Taylor Swift, and Lady Gaga, to name just a few. Her avant-garde body pieces made from the finest Italian leather or the ready-to-wear collection crafted from the most exquisite fabrics? Handcrafted works of art between object, accessory, and fashion! Just like the new Leather Clothing Capsule Collection, crafted from butter-soft premium lambskin, which is just as exciting as everything that comes from Reichmuth's hand.

YVY Leather
Feldeggstrasse 39, 8008 Zürich
yvy.ch

Lillesøster

Diesen Herbst lanciert ShopVille im Zürcher Hauptbahnhof das neue Konzept von Sostrene Grene: «Lillesøster».

-/ This autumn, ShopVille at Zurich Main Station launches the new concept of Sostrene Grene: "Lillesøster".

© PD/zVg (fotos)

Sostrene Grene eröffnet im ShopVille im Zürcher Hauptbahnhof ein neues Store-Konzept. «Lillesøster», was auf Dänisch «kleine Schwester» bedeutet, ist eine verspielte Anspielung auf den Markennamen «Sostrene Grene», der «Die Grene-Schwester» übersetzt heisst. Im neuen 166 m² grossen Store können Besucher das bekannte Sortiment von Sostrene Grene entdecken – darunter Wohnaccessoires, Hobby- und Bastelartikel, Spielzeug, Küchenutensilien, Schreibwaren und vieles mehr, jedoch in kleinerem Format. Sostrene Grene betreibt derzeit 15 Geschäfte in der Schweiz, weitere Eröffnungen folgen im Laufe des Herbstes. Die dänische Einzelhandelskette verfolgt das Ziel, bis 2027 insgesamt 500 Stores in Europa zu betreiben.

-/ Sostrene Grene opens a new concept at ShopVille in Zurich Main Station. Called "Lillesøster," which means "little sister" in Danish, this new boutique is a playful nod to the brand name, "Sostrene Grene," which translates to "The Grene Sisters." Visitors to the new 166 m² store will be invited to explore Sostrene Grene's well-known range of home interior items, hobby supplies, toys, kitchen goods, stationery, and much more, just on a smaller scale. Sostrene Grene currently has 15 stores in Switzerland, with more set to open during the autumn. The Danish retail chain aims to have a total of 500 stores across Europe by 2027.

Sostrene Grene
ShopVille Zürich Hauptbahnhof
Museumstrasse 1, 8001 Zürich
sostrenegrene.com



Zürcher Kultlabel

Mehr als ein Jahrzehnt nach der Gründung eröffnete Inuikii in diesem Herbst seinen ersten Flagship Store in Zürich.

-/ More than a decade after its founding, Inuikii opened its first flagship store in Zurich this fall.

© PD/zVg (fotos) / Anka Refghi (text)

Was mit einer kleinen Boots-Kollektion vor 13 Jahren begann, ist schon längst zu einer Marke von Weltruf geworden. Bequem und stylisch sind sie, die ikonischen Schuhe des Zürcher Familienunternehmens Inuikii. Der Name? Stammt aus der Sprache der Inuit und bedeutet übersetzt so viel wie «Schönheit der Kälte». Hinter dem Kultlabel steht Cinzia Maag, die das Unternehmen gemeinsam mit ihren Söhnen führt. Design wird in Zürich, produziert wird fast ausschliesslich in Europa und von Hand. Zu den ikonischen Classic Boots für den Winter gesellten sich über die Jahre auch Slides, Mules und Sneakers jeglicher Couleur. Ebenso wie Mäntel, Mützen, Pullover, Taschen und vieles mehr.

Alles auf einen Blick bietet nun der vom Zürcher Designstudio Onkai Arts entworfene Flagship Store im Herzen von Zürich. Erst in diesem Herbst eröffnet, präsentiert sich der Store als Gesamtkunstwerk. Reduziert-progressives Design, das den Kreationen aus der Feder des Hauses auf zwei Etagen Raum zur Inszenierung gibt. Im Zentrum eine Lounge für Erholung mit Blick auf die jüngsten Kollektionen. Der Flagship Store ist mehr als ein Geschäft, er ist ein Raum, in dem Design, Mode und Kunst zusammenkommen. «Mit der Eröffnung unseres Stores haben wir den Traum verwirklicht, einen Ort zu schaffen, der unsere Werte sichtbar macht und unsere Community zusammenbringt», so Cinzia Maag.

-/ What started as a small boot collection 13 years ago has long since grown into a globally renowned brand. Comfortable and stylish, these are the iconic shoes from the Zurich-based family business Inuikii. The name? It comes from the Inuit language and roughly translates to "beauty of the cold." Behind the cult label is Cinzia Maag, who runs the company together with her sons. Designs are created in Zurich, while production takes place almost exclusively in Europe and is done by hand. Over the years, the iconic Classic Boots for winter have been joined by slides, mules, and sneakers in every style, as well as coats, hats, sweaters, bags, and much more.

Everything at a glance is now offered in the flagship store in the heart of Zurich, designed by the Zurich design studio Onkai Arts. Opened this past fall, the store presents itself as a complete work of art. Its minimalist-progressives design gives the creations from the house room to be showcased across two floors. At the center, a lounge invites visitors to relax while enjoying views of the latest collections. The flagship store is more than a shop, it is a space where design, fashion, and art converge. "With the opening of our store, we realized the dream of creating a place that makes our values visible and brings our community together," says Cinzia Maag.

Inuikii Store
Nüscherstrasse 1, 8001 Zürich
Inuikii.com

Laurent-Perrier: ein Trio der Meisterschaft

Für seine zahlreichen Innovationen in der Champagne bekannt, hat Laurent-Perrier sein Erbe auf drei wegweisenden Praktiken aufgebaut: die Assemblage von Reserveweinen, die Mazeration und die Non-Dosage.

-/ Renowned for its many innovations in Champagne, Laurent-Perrier has built its legacy on three pioneering practices: reserve wine blending, maceration, and non-dosage.

Victoria Javet

Als «Pionier in der Champagne» bezeichnet, ist Laurent-Perrier ein unabhängiges, familiengeführtes Haus, das seit seiner Gründung 1812 immer wieder neue Massstäbe setzt. Die Assemblage von Reserveweinen, Mazeration und Non-Dosage waren mutige Entscheidungen, die das Haus bekannt gemacht haben und bis heute von den anspruchsvollsten Kennern geschätzt werden.

Die Assemblage von Reserveweinen

Im Zentrum von Laurent-Perriers Ansatz steht die Assemblage von Reserveweinen. Jedes Jahr erlaubt die sorgfältige Untersuchung und Auswahl der Terroirs, das volle Potenzial der verschiedenen Jahrgänge zu nutzen und aussergewöhnliche Cuvées, wie La Cuvée, Brut Millésimé, Héritage oder Grand Siècle zu schaffen. Mit Grand Siècle, der prestigeträchtigsten Cuvée des Hauses, zeigt Laurent-Perrier diese Kunst in Perfektion und rekonstruiert das ideale Jahr mithilfe von drei komplementären Jahrgängen.

Die Mazeration

Laurent-Perrier hat auch Massstäbe für Rosé-Champagner gesetzt, durch den sorgfältigen Mazerationsprozess, statt wie üblich durch Assemblage. 1968 eingeführt, bleibt die Cuvée Rosé eines der schönsten Beispiele für das Terroir der Champagne. Alexandra Rosé hingegen stammt aus einer strengen Auswahl der besten Parzellen eine aussergewöhnlichen Verbindung der Grands Crus aus Pinot Noir und Chardonnay.

Dubbed “The Innovator of Champagne,” Laurent-Perrier is an independent, family-owned house that has been breaking new ground since its founding in 1812. Reserve wine blending, maceration, and non-dosage were bold choices that established its reputation, and they continue to be celebrated by the world’s most discerning connoisseurs.

The reserve wine blending

At the heart of Laurent-Perrier’s approach lies reserve wine blending. Every year, careful study and selection of the terroir allow the house to unlock the full potential of different vintages, crafting exceptional cuvées, like La Cuvée, Brut Millésimé, Héritage and Grand Siècle. With Grand Siècle, Laurent-Perrier’s most prestigious offering, the house showcases this art at its finest, recreating the perfect year using three complementary and vintage-dated reserve wines.

The maceration

Laurent-Perrier also set a benchmark for rosé champagnes through the meticulous process of maceration, rather than the more common method of blending. Introduced in 1968, the Cuvée Rosé remains one of the most celebrated expressions of Champagne terroir. Alexandra Rosé, meanwhile, comes from a rigorous selection of the finest plots: an exceptional blend of Pinot Noir and Chardonnay Grands Crus.



© Basler



© Frank Hamel



© Basler

laurent-perrier.com

Die Non-Dosage

Mit der Einführung von Ultra Brut im Jahr 1981 griff Laurent-Perrier das «Grand Vin Sans Sucre» wieder auf, das 1889 von Veuve Laurent-Perrier entwickelt wurde, in einer Zeit, als Champagner meist sehr süß war und als Dessert- oder Nachmittagswein serviert wurde. Um die perfekte Balance eines Non-Dosé zu erreichen, müssen die Trauben optimal gereift geerntet werden, da der Verzicht auf Dosage ein vollkommenes natürliches Gleichgewicht verlangt. Das Ergebnis ist, wie Bernard de Nonancourt es treffend beschrieb, «ein nackter Champagner, der nur durch seine Wahrheit die Finesse seiner Assemblage zeigt.» Mit dem Blanc de Blancs Brut Nature bietet Laurent-Perrier den ersten Champagner aus 100 % Chardonnay ohne zugesetzten Zucker, gewonnen aus einem Jahr, in dem die Reife der Trauben einen natürlich ausreichenden Zuckergehalt ermöglicht.

The non-dosage

With the launch of Ultra Brut in 1981, Laurent-Perrier revisited the “Grand Vin Sans Sucre” first developed in 1889 by Veuve Laurent-Perrier, at a time when most champagnes were very sweet and served as dessert or afternoon wines. Achieving perfect balance in a non-dosé requires grapes harvested at optimal maturity, as the absence of dosage demands flawless natural equilibrium. The result is what Bernard de Nonancourt described as “a naked champagne, relying solely on its truth to reveal the finesse of its blend.” With Blanc de Blancs Brut Nature, Laurent-Perrier offers the first 100% Chardonnay champagne with no added sugar, made from a year in which the grape maturity provides a naturally sufficient sugar content.



© Frank Hamel

Chez Philippe: schon zehn Jahre

Im Jahr 2025 feiert das von Philippe Chevrier gegründete Steakhouse ein Jahrzehnt im Zeichen des New Yorker Geistes und eines gemeinsamen Abenteuers.

-/ In 2025, the Philippe Chevrier steakhouse celebrates a decade of New York spirit and collective adventure.



Entstanden aus einer Initiative von 200 Aktionären, Freunden und treuen Gästen, verkörpert Chez Philippe die Vision des Sternekochs Philippe Chevrier, für den Gastronomie vor allem eine Geschichte des Teilens ist. Zugleich schicke Brasserie und lebhafter Bar, ist das Restaurant zu einem echten Genfer Treffpunkt geworden – ideal für ein Geschäftsessen, einen Afterwork-Drink oder ein gemütliches Abendessen mit der Familie.

Inspiziert von den legendären Steakhouses Manhattans, spiegelt das Restaurant den amerikanischen Geist in all seiner Grosszügigkeit, Geselligkeit und Weltoffenheit wider. Der Chefkoch wählt aussergewöhnliche Produkte aus, kreiert grosszügige Gerichte und kombiniert sie mit sorgfältig ausgewählten Weinen.

Diese starke Identität ist seit zehn Jahren der Schlüssel zum Erfolg und begeistert weiterhin eine treue Stammkundschaft ebenso wie neugierige Neuentdecker. Geschäftsleute, Prominente auf der Durchreise oder Genfer Familien kommen hier bei jedem Service zusammen – in einer lebendigen, warmen Atmosphäre, die ganz im Zeichen des New Yorker Spirits steht.

-/ Born from an initiative led by 200 shareholders, friends, and loyal clients, Chez Philippe embodies the vision of Michelin-starred chef Philippe Chevrier, for whom gastronomy is above all a story of sharing. Part chic brasserie, part lively bar, the restaurant has become a true Geneva landmark, where guests gather for business lunches, afterworks, or family dinners.

Inspired by Manhattan steakhouses, the restaurant reflects the American DNA in all its generosity, warmth, and cosmopolitan spirit. The chef selects exceptional ingredients, crafts generous plates, and pairs them with carefully chosen wines.

This strong identity has driven its success for ten years, continually attracting both loyal patrons and curious newcomers. Business people, visiting celebrities, and Geneva families alike come together at every service, enjoying a vibrant and welcoming atmosphere that stays true to the New York spirit.

Chez Philippe
Rue du Rhône 8, 1204 Genève
+41 22 316 16 16
chezphilippe.ch



Rohkost aus dem Meer

Das Zürcher Frisk Fisk bringt mit seinen Rå Sushi den reinen Geschmack des Meeres auf den Teller.

-/ Zurich's Frisk Fisk brings the pure taste of the sea to the plate with its Rå Sushi.

© PD/zVg (fotos) / Anka Refghi (text)

Wer frischen Fisch liebt, kennt das Zürcher Restaurant mit passendem Namen: Frisk Fisk. Ganze acht Jahre hatte Frisk-Fisk-Gründer Matteo Trivisano einst benötigt, um den berühmten norwegischen Räuchermeister Frederik Moller Andersen zu überzeugen, seine hochwertigen Lachsspezialitäten in die Schweiz zu liefern.

Der Spitzenlachs stammt von der Westküste Norwegens, ist strikt nachhaltig kultiviert und von «Lachslüsterer» Andersen veredelt. Seit der Eröffnung ist das kleine und feine Restaurant zu einem Geheimtipp für Fischliebhaber avanciert, die nordische Küche in ihrer reinsten Form lieben. Natürliche Produkte und Aromen sind hier die Essenz. Auf der Karte stehen, neben Lachsspezialitäten jeglicher Couleur, auch Köstlichkeiten wie Skagen-Toast, den Shrimpsalat auf Toast, gegrillte Austern, feinstes Sauerteigbrot mit aufgeschlagener Butter oder ein Löffel Kaviar mit Vodka-Shot.

Besonderes Highlight sind die Rå Sushi des Hauses, in denen, unter der Leitung von Sushi-Chef Young Kwang Oh, feinste Produktkultur, japanische Handwerkskunst und norwegische Essenz zusammenkommen. Ob Sushi-Boxen, Bowls mit Sashimi oder Rå-Rollen für Vegetarier, die Kreationen kann man vor Ort geniessen, sich liefern lassen oder per Take Away mitnehmen. Und neuerdings steht auch der Mittwochabend im Frisk Fisk ganz im Zeichen der Rå Sushi.

-/ Those who love fresh fish know the Zurich restaurant with the fitting name: Frisk Fisk. It once took Frisk Fisk founder Matteo Trivisano a full eight years to convince the famous Norwegian smoking master Frederik Moller Andersen to deliver his high-quality salmon specialities to Switzerland.

The premium salmon comes from the west coast of Norway, is strictly sustainably farmed and refined by "salmon whisperer" Andersen. Since its opening, the small and exquisite restaurant has become an insider tip for fish lovers who appreciate Nordic cuisine in its purest form. Natural products and flavours are the essence here. On the menu, alongside salmon specialities of all kinds, you will also find delicacies such as Skagen toast – the shrimp salad on toast – grilled oysters, fine sourdough bread with whipped butter, or a spoon of caviar with a vodka shot.

A special highlight is the restaurant's Rå Sushi, in which, under the direction of sushi chef Young Kwang Oh, the finest product culture, Japanese craftsmanship and Norwegian essence come together. Whether sushi boxes, bowls with sashimi or Rå rolls for vegetarians, the creations can be enjoyed on site, delivered, or taken away. And recently, Wednesday evenings at Frisk Fisk are entirely dedicated to Rå Sushi.

Frisk Fisk
Niederdorfstrasse 21, 8001 Zürich
friskfisk.ch

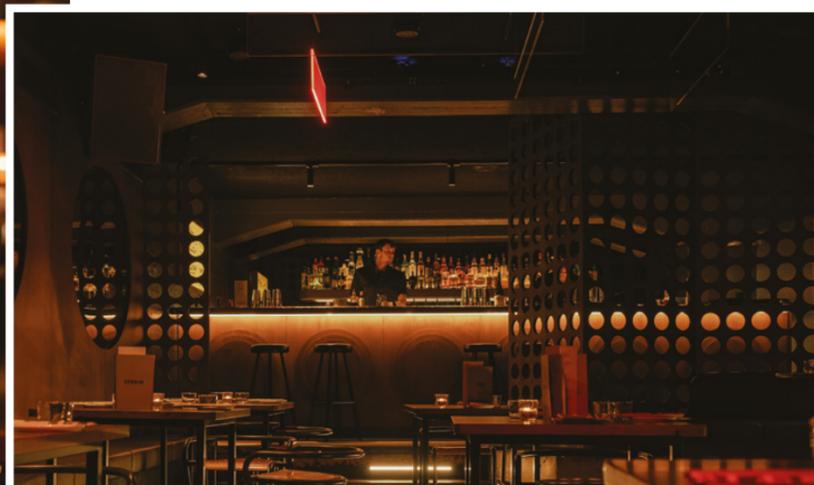
STUDIO Bar

Intimität in Bewegung

Gedämpftes Licht, kupferne Spiegelungen – die STUDIO Bar ist ein seltenes Bijoux.

-/ Dimmed lights, copper reflections – the STUDIO Bar is a rare bijou.

© Ruben Cassiano PD/zVg (fotos) / Michael Dominique Merz (text)



-/ Nothing here in Zurich West feels staged; everything is felt. Diversity isn't a slogan but a credo: Japanese elegance, versatile DJs and live acts flow together in the pulse of time. Everything begins with inspiring cocktails and ends with rare, rediscovered sound pearls. Between fine wood and neon light unfolds a dialogue of rhythm and emotion – a refuge for bar aficionados and night wanderers alike. Discreetly divided spaces create room for glances, conversations, and subtle inspiration.

The programming follows kind a tactile architecture: Wednesdays feature soulful live acts; Thursdays celebrate Vinyl, devoted to analog discoveries as Zurich's record stores and collectors bring back the soft crackle of the past. Fridays blend dining with scene energy, before Saturdays see local and international DJs switch the STUDIO into an urban sound laboratory.

Culinary expression remains Japanese in spirit – refined, seasonal, with that distinctive STUDIO twist. A bar that embodies both intimacy and openness.

Studio Restaurant, Bar & Club
(Öffnet jeweils ab Mittwoch, 17:30)
Geroldstrasse 15, 8004 Zürich
bar-studio.ch

Hier an diesem Ort in Zürich West wird nicht inszeniert, sondern empfunden. Diversität ist kein Schlagwort, sondern Credo: japanische Eleganz, facettenreiche DJs und Live-Acts vereinen sich im Puls der Zeit. Alles beginnt mit inspirierenden Cocktails, endet mit selten entdeckten Klangperlen. Zwischen edlem Holz und Neonlicht entfaltet sich ein Dialog aus Rhythmus und Emotion – ein Refugium für Bar-Aficionados wie Tanzbegeisterte zugleich. Separierte Raumeinheiten schaffen Raum für Blicke, Gespräche, Nuancen.

Das Programm folgt quasi einem sensorischen Bauplan: mittwochs laden beseelte Live-Acts. Donnerstags steht die Vinyl Night im Zeichen analoger Entdeckungen – Zürcher Plattenläden und Sammler:innen bringen den Knister vergangener Zeiten zurück. Freitags verschmilzt Dinner mit Szene, bevor samstags lokale und internationale DJs das STUDIO in ein urbanes Klanglabor switchen.

Kulinarisch bleibt die Handschrift japanisch – dies mit dem typischen STUDIO-Twist versehen – fein, saisonal, prickelnd. Eine Bar, die zugleich Intimität und Offenheit verströmt.

OFF/MENU

Ein Pop-up für die Sinne

Neuerdings liegt etwas um den Hallwyl-Platz in der Luft unter der Affiche OFF/MENU entfaltet sich ein kulinarisches Gesamtkunstwerk.

-/ Lately, there's something in the air around Hallwyl-Platz under the banner OFF/MENU, a culinary Gesamtkunstwerk is taking shape.

© PD/zVg (fotos) / Michael Dominique Merz (text)

Hinter dem Projekt stehen Sarah und Florian, bekannt aus der Zürcher Kreativszene – die Macher hinter dem COIN COIN, ein multifunktionaler Off-Space – und zweifellos eine Quelle der Inspiration. Das COIN COIN experimentiert seit Langem mit asiatischen Snacks sowie Matchas, Shakeratos und weiteren Goodies, die mit spürbarer Wärme serviert werden.

Wenn der Tag jedoch in den Abend kippt, verändert sich nicht nur die Beleuchtung, sondern auch das Menü: Sarahs legendäre Shokupan-Sandwiches weichen neuen Höhenflügen; prickelnde Drinks begleiten inspirierende Gerichte – oft während einer Art Show.

An der Hallwyl-Strasse 72 inszenieren COIN COIN und die Office of Different Affairs nun OFF/MENU – ein Fest für die Sinne. Zum raffinierten Sechsgänger von Sarah Reyes und Janine Wehrli gibt es nicht nur sensationelle Weine, sondern auch feine und unerwartete kulinarische Dialoge: ein hausgemachtes Longanisa-Würstchen, cremiges Ceviche, Empanadas, Crayfish in einer Tamarind-Suppe, Beefsteak mit Kalamansi-Demi-Glace und ihren berühmten Ube Cheesecake.

Ein Abend, wie ihn nur Architektinnen der Sensorik erträumen können.

COIN COIN
Ernst-Nobs-Platz 1, 8004 Zürich
Reservierungen: hello@coin-coin.ch

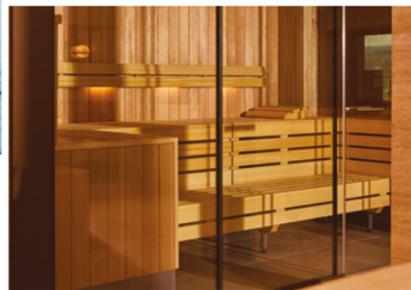


Behind the project are Sarah and Florian, familiar faces in Zurich's creative scene – the minds behind COIN COIN, a multifunctional off-space, and without a doubt a source of inspiration. For quite some time, COIN COIN has been experimenting with Asian-inspired snacks, matcha creations, shakeratos, and other small delights – always served with genuine warmth.

But when day turns to evening, not only does the lighting change – the menu does too. Sarah's legendary shokupan sandwiches give way to new culinary highs; sparkling drinks accompany inspired dishes – often set within a performative moment.

At Hallwyl-Strasse 72, COIN COIN and the Office of Different Affairs now present OFF/MENU – a feast for the senses. The six-course experience by Sarah Reyes and Janine Wehrli comes with exceptional wines and refined, unexpected culinary dialogues: a homemade longanisa sausage, creamy ceviche, empanadas, Crayfish in a tamarind soup, beef steak with kalamansi-demi-glace – and their signature ube cheesecake.

An evening dreamt up by genuine architects of the senses.



Winter Hideaway im Alex Lake Zürich

Eine Auszeit ausserhalb von Zürich gefällig?

-/ Looking for a chilled escape just outside the city?

© The Living Circle Group PD/zVg (fotos) / Michael Dominique Merz (text)

Wenn der Zürichsee in winterlicher Stille glitzert und feiner Nebel über dem Wasser schwebt, verwandelt sich das Alex Lake Zürich in Thalwil in eine Oase regenerierender Ruhe. Nur wenige Minuten von der Stadt entfernt, vereint das Fünfsternehotel urbane Nähe mit wohlthuender Natürlichkeit. Ein privates Motorboot verbindet die Häuser um den Zürichsee – sanfter Luxus in Bewegung. Die 4 Studios und zwei Penthouses, alle mit privater Terrasse oder Balkon, bieten grosszügigen Raum zum Atmen – ideal, um loszulassen und neue Energie zu schöpfen.

Im Spa mit Sauna, Dampfbad und beheiztem Pool, der direkt am Wasser liegt; verschmilzt Wärme mit Wellen in ein einziges Erlebnis. Auf Wunsch ergänzen Treatments das Wohlfühl. Im Alex Restaurant kreiert Küchenchef Luigi De Gregorio mediterran-leichte Menüs aus regionalen Zutaten – viele davon stammen von den eigenen «The Living Circle»-Bauernhöfen.

Als Teil der City & Lake Resorts geniessen Gäste des Alex Lake Zürich Zugang zu den Partnerhäusern rund um den See. So etwa zum Hotel Storchen oder zum Widder Hotel – auf ganz gemütliche Weise.

-/ When Lake Zurich shimmers in wintery stillness and a fine mist drifts across the water, Alex Lake Zurich in Thalwil transforms into an oasis of restorative calm. Just a few minutes from the city, this five-star hotel combines urban proximity with soothing natural serenity. A private motorboat connects the properties across the lake – gentle luxury in motion.

The 4 studios and two penthouses, each with a private terrace or balcony, offer generous space to breathe – ideal for unwinding and recharging. In the Spa with its sauna, steam bath, and heated pool directly on the water, warmth and waves merge into a single, restorative experience. Treatments can be added on request.

At Alex Restaurant, Chef Luigi De Gregorio creates light Mediterranean-inspired menus using regional ingredients – many sourced from The Living Circle's own farms. As part of the City & Lake Resorts, guests of Alex Lake Zurich also enjoy access to the partner hotels around the lake – such as the Storchen and the Widder Hotel – in the most cozy way.

Alex Lake
Seestrasse 182, 8800 Thalwil
guestservices@alexlakezurich.ch

Bürgenstock Resort Lake Lucerne – ein Rückzugsort über den Wolken

Der «Alpine Spa» des Bürgenstock Resorts schwebt wie ein sinnliches Versprechen.

-/ Bürgenstock Resort, a sanctuary above the clouds.

© Bürgenstock Hotels AG PD/zVg (fotos) / Michael Dominique Merz (text)

Schon die Anfahrt mit der Standseilbahn, die lautlos den Berg hinaufgleitet, ist Teil des Rituals. Oben öffnet sich die Welt in Stille und Licht, alles ist auf das Wesentliche reduziert. Drinnen entfalten sich Dampfbäder aus Quarzit, eine Panorama-Sauna mit feinem Holzduft, kühlende Nebelräume und Suiten, die den Luxus der Zurückgezogenheit feiern. Hier folgt jeder Handgriff einer Choreografie der Achtsamkeit – der Körper wird nicht «verwöhnt», sondern erinnert: an seine Leichtigkeit, an die Ordnung von Atem und Wasser. Aromen alpiner Kräuter mischen sich mit innovativen Treatments, während sich der Himmel im Raum spiegelt. Der Infinity Pool, längst eine Ikone der Schweizer Spa-Kultur, verschmilzt mit dem Horizont. Der Blick gleitet über den See bis zu den gezackten Linien der Alpen – und mit jedem Atemzug scheint der Alltag weiter zu schwinden. Abends legt sich das Licht der untergehenden Sonne warm auf die Glasfassaden – und jeder Gast spürt: Luxus ist hier kein Zustand, sondern ein wohlthuendes Geschenk. Eines, das bleibt, lange nachdem die letzte Welle an den Rand des Pools getupft ist.

-/ Even the silent ascent by funicular feels like part of a ritual. At the top, the world opens in stillness and light, everything reduced to its essence. Inside, quartzite steam baths, a panoramic sauna with the scent of fine wood, cooling mist rooms and private suites celebrate the luxury of seclusion. Every gesture here follows a choreography of mindfulness – the body is not “pampered” but reminded: of its lightness, of the natural rhythm of breath and water. Alpine herbs blend with innovative treatments as the sky reflects softly in the room. The infinity pool, now an icon of Swiss spa culture, merges seamlessly with the horizon. The gaze drifts across the lake to the jagged lines of the Alps – and with every breath, the everyday fades a little more. By evening, the light of the setting sun warms the glass façades – and every guest senses: luxury here is not a state, but a soothing gift. One that lingers, long after the last ripple has touched the edge of the pool.



Bürgenstock Resort
Bürgenstock Resort Lake Lucerne, 6363 Obbürgen
buergenstockresort.com
alpine.spa@buergenstockresort.com

Ein Nest der Gemütlichkeit im Storchen Zürich

Das traditionsreiche Hotel an der Limmat – ein Ort der Wärme, der Begegnungen und festlichen Stimmung.

-/ The storied hotel on the Limmat – a place of warmth, connection, and festive spirit.

© PD/zVg (fotos) / Michael Dominique Merz (text)

Mitten in der Altstadt bildet der Storchen Zürich so etwas wie einen Dreh- und Angelpunkt an der Limmat – ein Haus, in dem sich Geschichte und Gastlichkeit begegnen. Die Gassen über dem Wasser leuchten im warmen Licht, während Glühwein und frisch gebackene Leckereien die Luft erfüllen.

Für die Adventszeit bietet das Hotel liebevoll zusammengestellte Arrangements: festliche Dinner, elegante Zimmer mit Blick auf die schmucke Altstadt und kleine Überraschungen, die diese Zeit unvergesslich machen. Wer hier verweilt, lässt sich nicht nur auf der beheizten Terrasse verzaubern. Ebenso genießt man in der La Rôtisserie saisonale Klassiker oder in der Barchetta Bar feine Tropfen – unter sanfter Lounge-Musik. Die Samstage wiederum stehen im Zeichen des beliebten Afternoon Teas: süsse und herzhaft Kostlichkeiten, ein Moment der Ruhe, bevor Zürich im Glanz der Lichter versinkt. Ein Aufenthalt im Storchen Zürich ist im Winter mehr als ein Hotelbesuch – es ist eine Einladung, den Zauber der Jahreszeit mit allen Sinnen zu erleben.

-/ Nestled in the heart of Zurich's Old Town, the Storchen serves as a kind of meeting point along the river – a house where history and hospitality meet. The narrow lanes above the water glow with warm light, while the scent of mulled wine and freshly baked treats fills the air.

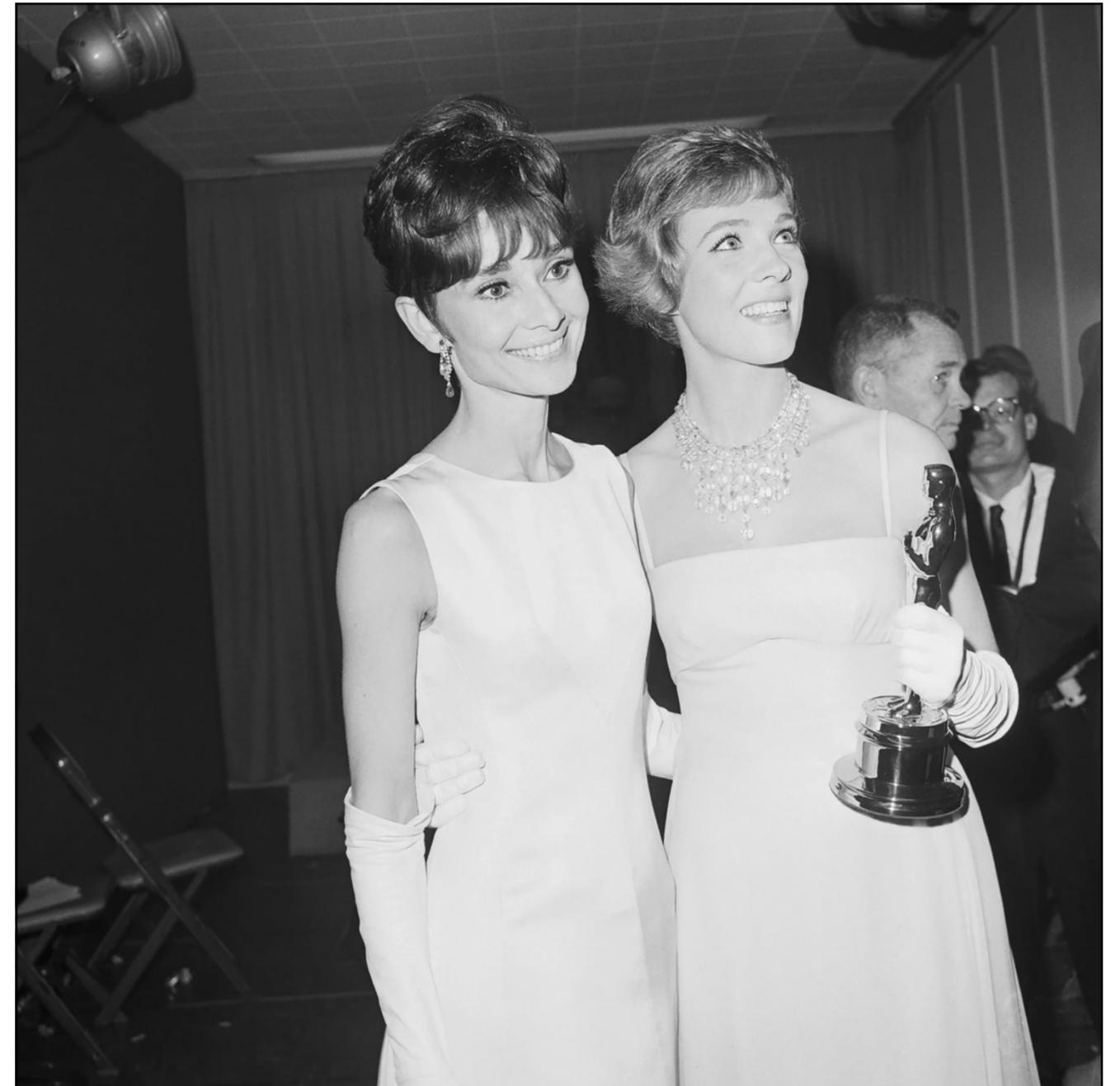
For the Advent season, the hotel offers lovingly curated arrangements: festive dinners, elegant rooms overlooking the charming Old Town, and thoughtful surprises that make this time of year unforgettable. Those who linger can be enchanted not only by the glow of the heated terrace, but also by seasonal classics at La Rôtisserie or fine wines in the Barchetta Bar – accompanied by soft lounge music. Saturdays, in turn, are devoted to the beloved Afternoon Tea: sweet and savoury delights, a quiet interlude before Zurich shimmers in the glow of its lights. A stay at the Storchen Zurich in winter is more than a hotel visit, it is an invitation to experience the magic of the season with all your senses.

Hotel Storchen
Weinplatz 2, 8001 Zürich
storchen.ch



RSVP

PEOPLE & EVENTS: EINE BILDERGALERIE DER SCHÖNSTEN EVENTS



Audrey Hepburn and Julie Andrews, 1965 © Bettmann / Getty Images



**Designer Days Privé
Schweizer Mode neu erleben**

In diesem Frühherbst zog die dritte Ausgabe von Designer Days Privé, mitgegründet von der Designerin Nina Yuun und Darya von Bergen, Gründerin der Lifestyle-Plattform SwissGlam, Brancheninsider:innen und Modeinteressierte in den YVY Store. Das Publikum erlebte zwei Tage voller Schweizer Designkultur und direktem Austausch mit den Kreativen. Den Auftakt bildete ein stilvoller Apéro, während sich der Samstag ganz ins Zeichen inspirierender Labels wie YVY, Pavé Pavé, Anna Nia und weiterer exklusiver Brands stellte. Die Designer Days Privé bestätigten sich einmal mehr als kuratierte Plattform für zeitgenössische Schweizer Mode.

Fotos © Anastasia Diadio



Die Cellular Beauty Experience

Am 23. Oktober 2025 präsentierte Formettä seine Cellular Beauty Experience im Rahmen eines exklusiven Launch-Events in einer Zürcher Kunstgalerie. Pressevertreter:innen, Influencer:innen und Markenbotschafter:innen entdeckten die Neuheiten der wissenschaftlich orientierten «Beauty-from-within»-Marke, deren minimalistische Formulierungen die Hautqualität und das zelluläre Wohlbefinden unterstützen. Sinnliche Inszenierungen machten Themen wie Zellaktivierung, Hauterneuerung und tägliche Rituale auf eindrucksvolle Weise erlebbar. Den Abschluss bildete ein stimmungsvolles Dinner, das die Gäste noch tiefer in die klare, moderne Ästhetik von Formettä eintauchen liess und die Philosophie der Schönheit von innen eindrucksvoll unterstrich.

Fotos © Nicolas Stajic



**Eröffnung der ersten
Mind Oasis der Schweiz
by Rituals**

Am 20. Oktober eröffnete Rituals Cosmetics in Zürich die erste Mind Oasis der Schweiz und feierte diesen besonderen Moment gemeinsam mit Journalistinnen und Content Creators. Im Herzen der Stadt gelegen, bietet dieser neue Wohlfühlort wissenschaftlich fundierte Methoden für eine tiefgreifende mentale Regeneration. Zu den Highlights zählt die Hydro Massage: Sanfte, kreisende Bewegungen auf einem warmen Wasserbett lösen Verspannungen und reduzieren spürbar Stress. Ebenso beeindruckend ist die Brain Massage, eine Kombination aus Atemtechniken, meditativen Klängen und Vibrationen, die die Hirnströme in einen wohlthuenden Theta-Zustand versetzt. Die Mind Oasis setzt damit neue Massstäbe für moderne Entspannung in der Schweiz.



**Swiss Influence Award 2025
Glamour, Kreativität und
Emotionen**

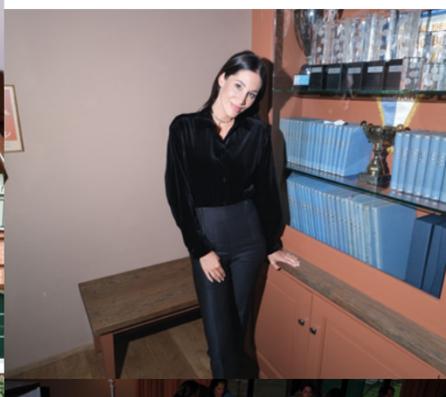
Am 17. Oktober 2025 wandelte sich The Hall quasi ins Epizentrum der Schweizer Creator-Szene. Bei und nach der Show traf digitale Strahlkraft auf reale Emotionen. Unter den Gästen waren u. a.: Aditotoro, Daniela Djokic, Andrina Santoro, Baschi, Kiki Wong, Anja Zeidler und viele weitere bekannte Gesichter. In 16 Kategorien – von Lifestyle über Nachhaltigkeit bis AI & Innovation – wurden die kreativsten und einflussreichsten Stimmen des Jahres geehrt. Der Preis in der Kategorie Music ging an das Projekt Schwiizergoofe, während Yanina de Sapio (Alpine Madness) den neuen Swiss AI Creator Award gewann. Mit über 3'500 Gästen und einer Reichweite von mehr als 100 Millionen Followern setzte die sechste Award Night neue Massstäbe in der Schweizer Digitalwelt.

Fotos © SwissInfluenceAward / Marc Gilgen



Fünf-Sterne-Beauty auf Abruf: Ruuby lanciert Angebot in der Schweiz

In Zusammenarbeit mit American Express lud Ruuby zu einem exklusiven Lunch im Grasshopper Club Zürich ein und schuf einen Nachmittag voller inspirierender Gespräche und moderner Eleganz. Die in London gegründete Beauty-Concierge-Plattform Ruuby, ins Leben gerufen von Venetia Archer, bringt ihr renommiertes Fünf-Sterne-Konzept nun erstmals in die Schweiz. Mit hochwertigen, flexiblen Beauty-Services auf Abruf, setzt Ruuby neue Massstäbe und bringt Luxuspflege direkt nach Hause, ins Büro oder ins Hotel. Ein besonderer Dank gilt allen Gästen, die diesen Moment bereicherten.



Bern

Hotel Savoy Bern
Neuengasse 26
3011 Bern
+41 (0)31 328 66 66
info@hotelsavoybern.ch
www.hotelsavoy-bern.ch
www.balehotels.ch



SAVOY
★★★★★
smart & herzlich



SAVOY
★★★★★

BÂLE HOTELS
GROUP

Kultivieren. Die Kunst, Vermögen zu schützen, während es wächst.

Wealth Management
Asset Management
Alternative Investments
Asset Services

